

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH DILIHAT DARI KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI NASABAH PADA KOPERASI SERBA USAHA (KSU) BINA MITRA MANDIRI DI KUDUS**

**Fahmi Amiruddin  
Ida Farida**

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro

## **ABSTRACT**

The purpose of this study is to analyze the affect of service quality and member value on member satisfaction. The population in this study is a member of Koperasi Serba Usaha (KSU) "Bina Mitra Mandiri", Jl. Suryo No. Kusumo. 749, Jepang Mejobo, Kudus numbering 145 members. The samples in this study were 60 members. The type of data in this study is primary data. Methods of data collection questionnaire. The technique of multiple regression analysis, t - test, test - F and the determination coefficient. The results showed that: The service quality and member value effect positive and significant on member satisfaction. Value members effect positive and significant on member satisfaction. Service quality effect positive and significant on member satisfaction

**Keywords : Service Quality, Member Value, Satisfaction Member**

## **PENDAHULUAN**

Kepuasan anggota 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 anggota diketahui setelah melakukan transaksi, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan anggota. Jika kinerja berada di bawah harapan, anggota tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, anggota puas. Jika kinerja melebihi harapan, anggota amat puas atau senang (Kotler dan Keller,2009:39) 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 Laila,dkk (2012:5), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota adalah kualitas pelayanan dan nilai anggota. Pada penelitian Laila, dkk (2012:5) yang meneliti pengaruh kualitas pelayanan, harga dan nilai anggota, kualitas pelayanan dan nilai anggota berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Sedangkan pada variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Oleh karena itu, penelitian ini tidak menyertakan variabel harga. Pada penelitian Hidayat (2009), Rizan dan Andika (2011) dan Prasetio (2012), kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Pada penelitian Ikasari, dkk (2013) menemukan sebaliknya, bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Berdasarkan hasil penelitian kedua

peneliti tersebut, terjadi ketidakkonsistenan hasil, sehingga terdapat perbedaan (*research gap*).

Koperasi Serba Usaha (KSU) Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) “Bina Mitra Mandiri”, Jl. Suryo Kusumo No. 749, Jepang, Mejobo, Kudus yaitu suatu usaha yang bergerak dalam bidang simpan pinjam, pembiayaan, perdagangan dan jasa.

KSU Bina Mitra Mandiri mempunyai motto “Mitra Usaha Ummat” dengan visi “Membangun, meningkatkan, memberdayakan dan membina ekonomi anggota yang mandiri, adil, makmur dan sejahtera”. Berkaitan dengan visi tersebut, KSU Bina Mitra Mandiri mempunyai anggota sebanyak 157 orang pada bulan Maret 2013. Namun demikian, dari jumlah tersebut sudah mengalami penurunan karena pada bulan sebelumnya jumlah anggotanya lebih banyak. Berdasarkan data dari KSU Bina Mitra Mandiri, dapat diketahui jumlah anggota KSU Bina Mitra Mandiri selama periode Januari 2012 – Maret 2013 yaitu :

Tabel 1.  
Anggota Koperasi Serba Usaha (KSU)  
Bina Mitra Mandiri di Kudus  
Tahun 2007 - 2013

Tahun	Anggota	Peningkatan
2007	205	
2008	192	-13
2009	189	-3
2010	181	-8
2011	176	-5
2012	175	-1
2013	145	-30
Rata-Rata	180	-10

Sumber : KSU Bina Mitra Mandiri, Kudus, 2014

Tabel 1. menunjukkan bahwa pada setiap tahunnya terjadi penurunan jumlah anggota rata-rata 10 orang. Diduga penurunan tersebut karena adanya kepuasan anggota yang cenderung turun. Sedangkan penurunan kepuasan anggota dapat disebabkan oleh berbagai faktor, dimana dalam penelitian ini dianalisis melalui kualitas pelayanan dan nilai anggota.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan nilai anggota terhadap kepuasan anggota Koperasi Serba Usaha (KSU) Bina Mitra Mandiri di Kudus

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Koperasi**

Menurut UU NO. 17 tahun 2012 adalah badan usaha yang beranggotakan orang, seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas azas kekeluargaan.

Koperasi adalah sekelompok orang yang bebas secara hukum atau unit-unit ekonomi bekerja sama untuk memiliki dan bertanggungjawab atas manajemen suatu badan usaha, dan bermaksud untuk menggunakan output-output ekonomi dari badan usaha tersebut (Ropke,2012:13).

### **Konsep Jasa**

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (Lupiyoadi dan Hamdani,2006:5). Sedangkan menurut Kotler (2005:111), jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik. Definisi lain jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono,2006:6).

### **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 penyampaian 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 Anggota**

Nilai anggota adalah selisih antara evaluasi calon anggota atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan (Kotler dan Keller,2009:173). Sedangkan nilai anggota total nilai moneter yang dipikirkan atas sekumpulan manfaat ekonomis, fungsional, dan psikologis, yang diharapkan oleh anggota atas tawaran pasar tertentu. Biaya anggota total adalah sekumpulan biaya yang harus dikeluarkan anggota untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan membuang tawaran pasar tertentu, termasuk biaya moneter, waktu, energi, dan psikis.

Nilai yang dipikirkan anggota didasarkan pada perbedaan antara apa yang didapatkan anggota dan apa yang diberikannya untuk berbagai kemungkinan pilihan. Anggota mendapatkan manfaat dan mengabaikan biaya. Pemasar dapat meningkatkan nilai tawaran anggota dengan kombinasi menaikkan manfaat fungsional atau emosional dan/atau mengurangi satu atau lebih berbagai jenis biaya (Kotler dan Keller,2009:174).

## **Kepuasan Nasabah**

Kepuasan anggota adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller,2009:138). Sedangkan menurut Sumarwan (2003:322), kepuasan anggota merupakan dampak dari perbandingan antara harapan anggota sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh anggota dari produk yang dibeli tersebut. Tjiptono dan Chandra (2005:195) mendefinisikan kepuasan anggota adalah respon anggota terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Puas tidaknya pembeli diketahui setelah melakukan pembelian, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pembeli. Jika kinerja berada di bawah harapan, anggota tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, anggota puas. Jika kinerja melebihi harapan, anggota amat puas atau senang (Kotler dan Keller,2009:139).

Perusahaan yang berpusat pada anggota berupaya untuk menciptakan kepuasan anggota yang tinggi dengan menurunkan harganya atau meningkatkan jasanya, walaupun kemungkinan hasilnya adalah laba yang lebih rendah. Perusahaan mungkin mampu meningkatkan profitabilitasnya dengan sarana lain daripada meningkatkan kepuasan. Perusahaan memiliki banyak pihak berkepentingan, termasuk karyawan, penyalur, pemasok, dan pemegang saham. Perusahaan mengeluarkan lebih banyak biaya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan anggota (Kotler dan Keller,2009:1739).

## **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

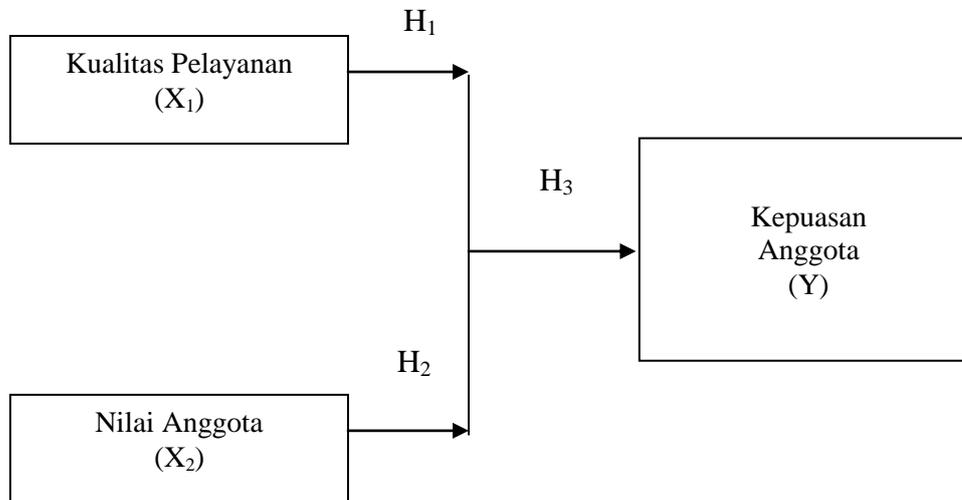
### **4. Prasetio (2012)**

Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen

### **5. Ikasari, dkk (2013)**

- a. Nilai Pelanggan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
- b. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

## KERANGKA KONSEPTUAL



## HIPOTESIS

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota**

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah (Tjiptono,2006:59). Kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan anggota dan berakhir pada persepsi anggota. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi anggota. Anggota yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan anggotanya secara konsisten. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan (Tjiptono,2006:59). Hasil penelitian Hidayat (2009), Rizan dan Andika (2011), Lailia, dkk (2012) dan Prasetio (2012) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota

### **Pengaruh Nilai Anggota terhadap Kepuasan Anggota**

Nilai anggota adalah selisih antara evaluasi calon anggota atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan (Kotler dan Keller,2009:173). Nilai bagi anggota bisa juga dilihat sebagai cerminan dari kualitas, manfaat dan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan. Sebuah produk atau layanan perbankan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata anggota apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan

yang seminimal mungkin. Untuk itu perusahaan saling berlomba memberikan nilai tertinggi bagi anggota, karena anggota menginginkan nilai maksimum dengan dibatasi oleh biaya pencarian, keterbatasan pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan. Semakin besar manfaat yang diberikan dibandingkan dengan harganya, maka semakin besar nilai yang diberikan anggota terhadap produk atau jasa tersebut, sehingga anggota puas (Laila, dkk, 2012:3). Hasil penelitian Hidayat (2009), Prasetio (2012) dan Ikasari, dkk (2013) menunjukkan bahwa nilai anggota berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub> : Nilai anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Anggota terhadap Kepuasan Anggota**

Hasil penelitian Hidayat (2009), Prasetio (2012) dan Ikasari, dkk (2013) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan nilai anggota berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : Kualitas pelayanan dan nilai anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota..

## **METODE PENELITIAN**

### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian terdiri dari variabel independen yaitu :

#### **1. Kualitas Pelayanan ( X<sub>1</sub> )**

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan anggota serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan anggota (Tjiptono,2006:59)

Variabel kualitas pelayanan diukur dengan lima dimensi yaitu (Tjiptono, 2006:70) :

- a. Bukti Fisik adalah fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi (Tjiptono,2006:70). Bukti fisik diukur dengan indikator :
  - Fasilitas AC
- b. Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (Tjiptono,2006:70). Keandalan diukur dengan indikator :
  - Mampu menjawab pertanyaan secara akurat seputar koperasi
- c. Daya Tanggap adalah keinginan para staf untuk membantu para anggota dan memberikan pelayanan dengan tanggap (Tjiptono,2006: 70). Daya tanggap diukur dengan indikator :
  - Penyampaian informasi jelas
- d. Jaminan adalah pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan (Tjiptono,2006:70). Jaminan diukur melalui indikator :
  - Menyapa dengan sopan
- e. Empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para anggota (Tjiptono,2006:70). Empati diukur dengan indikator :
  - Mudah untuk dihubungi saat jam kerja

## 2. Nilai Anggota ( $X_2$ )

Nilai anggota adalah selisih antara evaluasi calon anggota atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan (Kotler dan Keller,2009:173).

Variabel nilai anggota indikator melalui (Hidayat,2009:60) :

- a. Bunga pinjaman bersaing dengan koperasi lain
- b. Waktu yang dibutuhkan relatif singkat untuk bertransaksi
- c. Merasa nyaman untuk bertransaksi

Variabel dependen dalam terdiri dari :

## 3. Kepuasan Anggota (Y)

Kepuasan anggota adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller,2009:138).

Kepuasan anggota diukur melalui (Tjiptono dan Chandra, 2005: 212 dan 246):

- a. Kepuasan terhadap pelayanan
- b. Keinginan melakukan transaksi lagi
- c. Komitmen untuk merekomendasikan

## Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi Serba Usaha (KSU) “Bina Mitra Mandiri”, Jl. Suryo Kusumo No. 749, Jepang, Mejobo, Kudus yang berjumlah 145 anggota.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian Koperasi Serba Usaha (KSU) “Bina Mitra Mandiri”, Jl. Suryo Kusumo No. 749, Jepang, Mejobo, Kudus yang berjumlah 60 anggota.

## 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 dalam penelitian ini menggunakan kuesioer yaitu daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapat data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat, atau bertatap muka (Ferdinand,2006:28).

## Metode Analisis

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

Regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat (Nurgiyantoro, dkk,2004:300).

Rumus (Sekaran,2006:299) :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Anggota  
a = konstanta  
b = koefisien regresi  
X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan  
X<sub>2</sub> = Nilai Anggota  
e = error

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Regresi

#### Regresi Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,732	,803	
	Kualitas Pelayanan	,182	,069	,332
	Nilai Anggota	,606	,140	,549

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2014

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

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 0,732 + 0,182 X_1 + 0,606 X_2$$

### Uji - t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		t	Sig.
1	(Constant)	,912	,366
	Kualitas Pelayanan	2,625	,011
	Nilai Anggota	4,343	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2014

1. Hasil uji - t sebesar 2,625 dengan sig. 0,011. Nilai sig. yang didapat lebih kecil (<) dari  $\alpha = 0,05$ , sehingga menerima Ha<sub>1</sub> yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota.

2. Hasil uji – t sebesar 4,343 dengan sig. 0,000. Nilai sig. yang didapat lebih kecil (<) dari  $\alpha = 0,05$ , sehingga menerima  $H_{a2}$  yang menyatakan nilai anggota berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota

## Uji – F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249,286	2	124,643	70,310	,000 <sup>a</sup>
	Residual	101,047	57	1,773		
	Total	350,333	59			

a. Predictors: (Constant), Nilai Anggota, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2014

Hasil uji – F sebesar 70,310 dengan sig. 0,000. Nilai sig. yang didapat lebih kecil (<) dari  $\alpha = 0,05$ , sehingga menerima  $H_{a3}$  yang menyatakan kualitas pelayanan dan nilai anggota berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota.

## Koefisien Determinasi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,844 <sup>a</sup>	,712	,701	1,331

a. Predictors: (Constant), Nilai Anggota, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2014

*Adjusted R Square* sebesar 0,701 yang berarti kemampuan kualitas pelayanan dan nilai anggota dalam menjelaskan kepuasan anggota adalah sebesar 70,1% (0,701 x 100%), sementara 29,9% (100% - 70,1%) kepuasan anggota KSU Bina Mitra Mandiri dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan dan nilai anggota.

## KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota
2. Nilai anggota terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.
3. Kualitas pelayanan dan Nilai anggota terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota

## SARAN

1. Sebaiknya perlu menambah jumlah karyawan di bagian pelayanan transaksi sehingga ketika banyak anggota yang datang untuk melakukan berbagai proses transaksi bisa dilayani dengan cepat.
2. Sebaiknya karyawan harus selalu berada di di tempat selama jam kerja sehingga mudah ditemui oleh para nasabah yang datang dengan berbagai kepentingan. Handphone juga harus selalu aktif sehingga mudah dihubungi para anggota yang ingin melakukan komunikasi melalui handphone.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. **Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek**. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- 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.
- Ferdinand, Augusty. 2006. **Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen**. Edisi 2. Universitas Diponegoro. Semarang.
- 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. 39 – 72. Universitas Trunojoyo. Madura.
- Ikasari, Ajeng Utami, Sri Suryoko dan Sendhang Nurseto. 2013. “Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang)”. **Diponegoro Journal Of Social and Politic**. Tahun 2013. Hal. 1 – 8. UNDIP. Semarang.
- Kotler, Philip. 2005. Alih Bahasa : Benyamin Molan. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Kesebelas. Jilid 1. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- \_\_\_\_\_ dan Gary Amstrong, 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Jilid 1. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.

- \_\_\_\_\_ dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Laila 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.
- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan dan Marzuki. 2004. **Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial**. Cetakan Ketiga (Revisi). Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- 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)**. Volume 2. No. 1. Hal. 130 – 150. Universitas Negeri Jakarta. Jakarta.
- Ropke, Jochen. 2012. **Ekonomi Koperasi : Teori dan Manajemen**. Diterjemahkan Sri Djatnika. Edisi Kedua. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- 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.
- \_\_\_\_\_ dan Gregorius Chandra 2005. **Service Quality dan Satisfaction**. Andi. Yogyakarta.
- 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.