

PENGARUH PROGRAM *SERVICE QUALITY* TERHADAP CUSTOMER *SATISFACTION* (Suatu Studi pada Bank BTPN Cabang Ciamis)

Sri Maryati¹, Apri Budianto², dan Nina Herlina³
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
Srimaryati1996@gmail.com

ABSTRAK

Pengaruh ini dilakukan pada Pengaruh Program *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* (Suatu Studi pada Bank BTPN Cabang Ciamis). Permasalahan yang dihadapkan dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana pengaruh program *service quality* terhadap *customer satisfaction*. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh program *service quality* terhadap *customer satisfaction*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebar kuesioner kepada nasabah Bank BTPN Cabang Ciamis, sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis Koefisien Korelasi *Product Moment*, Analisis Regresi Linier Sederhana, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis (Uji T). Hasil penelitian di bank BTPN diketahui bahwa program *service quality* memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan *customer satisfaction* yaitu sebesar 0,784. Sedangkan pengaruhnya sebesar 61,46% sementara 38,54% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis (Uji T) pengaruh program *service quality* terhadap *customer satisfaction* diketahui bahwa $t_{hitung} 12,193 > t_{tabel} 1,661$ maka hipotesis diterima berarti terdapat pengaruh program *service quality* yang positif terhadap *customer satisfaction*. Berdasarkan uraian diatas bahwa semakin tinggi program *service quality*nya maka *customer satisfaction* akan semakin baik.

Kata Kunci : *Service Quality, Customer Satisfaction*

Pendahuluan

Pada saat ini, perekonomian Indonesia mengalami perkembangan dalam sektor perbankan. Hal tersebut dapat dirasakan secara langsung oleh stakeholder maupun shareholder, dimana bank merubah beberapa layanan perbankan. Perubahan tidak terjadi hanya pada beberapa negara saja, akan tetapi telah menyebar keseluruh negara di dunia. Di Indonesia sendiri terdapat banyak jenis bank, dari bank milik swasta, negara, hingga bank asing. Sehingga di industri perbankan terjadi persaingan yang kuat guna mempertahankan kelangsungan bisnis bank.

Dengan adanya persaingan, berbagai strategi yang dilakukan oleh pihak bank bertujuan untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya, seperti memberi *reward* supaya para nasabah tertarik untuk menabung di bank tersebut. Perusahaan perbankan sebagai salah satu

perusahaan jasa yang dapat mengembangkan ekonomi di Indonesia khususnya sektor perbankan, dan akan memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat.

Hal ini merupakan tantangan bagi industri bank untuk meningkatkan pelayanan dari berbagai segi, antara lain dalam pelayanan dan penyediaan fasilitas dengan kualitas yang baik untuk mengimbangi persaingan antar bank yang semakin kuat. Karena pada saat ini bank lain seperti Bank BCA, Bank Mandiri sudah menunjukkan pelayanan yang baik sehingga para nasabah merasa puas. Jadi sebuah pelayanan memang sangat penting untuk diperhatikan. Untuk memperbaiki masalah pelayanan, maka bank harus melakukan perbaikan sistem pelayanannya. Seperti dalam sistem penanganan keluhan nasabah. Bank seharusnya dapat memberikan kemudahan kepada nasabah dalam menyampaikan keluhan.

Untuk menghadapi persaingan dengan bank lain, bank BTPN mencari tahu apa yang menjadi keinginan nasabah pada bank, agar mereka mendapatkan kepuasan nasabah. Karena menurut peneliti kepuasan nasabah ini menjadi faktor penting agar nasabahnya tidak merasa kecewa, sehingga harus tahu apa saja kualitas pelayanan yang harus diperhatikan oleh bank BTPN ini. Kepuasan nasabah pada kualitas pelayanan bank dapat mempengaruhi dalam aspek penilaian terhadap nasabah itu sendiri maupun terhadap pelayanan tersebut. Bank dituntut untuk membuat para nasabah merasa puas dengan memberikan penawaran program pelayanan yang baik khususnya untuk para nasabah pensiunan, bank BTPN harus mampu untuk memperhatikan pangsa pasarnya ditengah persaingan antara bank yang semakin kuat. Untuk dapat mempertahankan kepuasan nasabah yaitu dengan memberikan program kualitas pelayanan yang baik, *quality* adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat menghadapi persaingan luar negeri dan satu-satunya jalan yaitu mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:143). Sedangkan *service quality* adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono,2010:98). Berdasarkan definisi diatas, maka *quality* adalah suatu keseluruhan ciri dan karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan yang dapat memberikan kepuasan pelangganya atau nasabahnya. *Customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya (Kotler dan Keller (2009:138-139).

Adapun data *customer satisfaction* pada kartu ATM pensiunan Bank BTPN Cabang Ciamis, memaparkan bahwa pada tahun 2018 mengalami fluktuatif. Hal ini disebabkan

karena para pensiunan belum mengerti dan paham bagaimana cara memakai kartu ATM pensiunan Bank BTPN dan nasabah masih banyak penarikan uang di kantor cabangnya ketimbang dengan kartu ATM khusus pensiunan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul “Pengaruh Program *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* (Suatu Studi pada Bank BTPN Cabang Ciamis)”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan berbagai kenyataan yang teridentifikasi pada permasalahan di atas, penulis mencoba merumuskan permasalahan yang diteliti yaitu Bagaimana pengaruh program *service quality* terhadap *customer satisfaction*

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh program *service quality* terhadap *customer satisfaction*.

Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu ekonomi manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan *service quality* dan *customer satisfaction*.

Landasan Teoritis

Pengertian Service Quality

Menurut Tjiptono (2010:98) *Service quality* adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono (2012:157) *service quality* secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Indikator Service Quality

Menurut Kotler (2014:150) ada lima dimensi *service quality* yaitu sebagai berikut :

1. *Tangible* (Berwujud)

Service yang dapat dilihat oleh nasabah atau pelanggan berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan teknologi, dan materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat untuk mencapai kepuasan.

2. *Emphaty* (Empati)

Kesediaan karyawan atau bank untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada nasabah atau pelanggan untuk mencapai kepuasan.

3. *Responsiveness* (Cepat tanggap)

Kemauan karyawan dan bank untuk membantu pelanggan dan memberikan service dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari nasabah atau pelanggan untuk mencapai kepuasan.

4. *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan untuk memberikan *service* sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten. Suatu bank yang mampu memberikan *service* sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada nasabah atau pelanggan.

5. *Assurance* (Kepastian)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan memberi kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada nasabah atau pelanggan untuk mencapai kepuasan.

Pengertian *Customer Satisfaction*

Menurut Kotler (2011:40) menyatakan bahwa *customer satisfaction* adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan lainnya. Sedangkan Tjiptono (2012:301) *Customer satisfaction* adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Menurut Prabowo (2019:145) terdapat korelasi antara *customer satisfaction* terhadap *service quality*, semakin baik *service quality* yang diberikan maka akan semakin baik pula *customer satisfaction*.

Indikator *Customer Satisfaction*

Menurut Hawkins dan lonney dikutip dalam Tjiptono (2014:101) ada tiga indikator *customer satisfaction* yaitu sebagai berikut :

1. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

2. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.

3. Kesediaan Merekomendasi

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang dirasakan kepada teman atau keluarga.

Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:2) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Sesuai dengan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Metode survey adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan penelitian dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya (Sugiyono, 2017:6). Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian menurut pendekatannya yaitu dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BTPN Cabang Ciamis yang beralamat di JL. Jendral Sudirman, No. 35 kecamatan Ciamis kabupaten Ciamis.

Tabel 3.2

Populasi Nasabah Bank BTPN Cabang Ciamis Berdasarkan Jenis Tabungan

No	Jenis Tabungan	Jumlah Nasabah
1.	Pensiunan	1.550
2.	Umum	325
Jumlah		1.875

(Sumber : Bank BTPN Cabang Ciamis, 2019)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

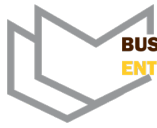
Deskripsi Hasil Penelitian Pengaruh Program *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya pengaruh program *service quality* terhadap *customer satisfaction* di bank BTPN Cabang Ciamis. Analisis ini untuk

memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah dengan menggunakan rumus koefisien regresi sebagai berikut :

Bobot-Bobot Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi Sederhana X Terhadap Y

NO	X	Y	X²	Y²	X₁Y
1	46	49	2116	2401	2254
2	47	49	2209	2401	2303
3	44	46	1936	2116	2024
4	43	46	1849	2116	1978
5	45	46	2025	2116	2070
6	45	40	2025	1600	1800
7	43	40	1849	1600	1720
8	39	42	1521	1764	1638
9	45	40	2025	1600	1800
10	45	40	2025	1600	1800
11	46	44	2116	1936	2024
12	43	47	1849	2209	2021
13	43	44	1849	1936	1892
14	46	46	2116	2116	2116
15	46	46	2116	2116	2116
16	43	41	1849	1681	1763
17	41	40	1681	1600	1640
18	42	39	1764	1521	1764
19	44	40	1936	1600	1936
20	43	40	1849	1600	1849
21	45	46	2025	2116	2025
22	44	47	1936	2209	1936
23	45	47	2025	2209	2025
24	42	46	1764	2116	1932
25	46	46	2116	2116	2116
26	43	41	1849	1681	1763
27	41	42	1681	1764	1722



28	41	40	1681	1600	1640
29	44	40	1936	1600	1760
30	43	40	1849	1600	1720
31	46	45	2116	2025	2070
32	45	43	2025	1849	1935
33	44	45	1936	2025	1980
34	44	46	1936	2116	2024
35	44	47	1936	2209	2068
36	43	40	1849	1600	1720
37	43	40	1849	1600	1720
38	39	39	1521	1521	1521
39	44	40	1936	1600	1760
40	43	39	1849	1521	1677
41	45	44	2025	1936	1980
42	45	46	2025	2116	2070
43	42	47	1764	2209	1974
44	43	45	1849	2025	1935
45	46	45	2116	2025	2070
46	45	40	2025	1600	1800
47	43	41	1849	1681	1763
48	43	39	1849	1521	1677
49	45	40	2025	1600	1800
50	44	40	1936	1600	1760
51	45	41	2025	1681	1845
52	44	43	1936	1849	1892
53	43	44	1849	1936	1892
54	45	43	2025	1849	1935
55	46	44	2116	1936	2024
56	44	41	1936	1681	1804
57	44	39	1936	1521	1716
58	42	39	1764	1521	1638



59	44	40	1936	1600	1760
60	43	39	1849	1521	1677
61	41	41	1681	1681	1681
62	42	41	1764	1681	1722
63	41	43	1681	1849	1763
64	43	43	1849	1849	1849
65	42	42	1764	1764	1764
66	42	42	1764	1764	1764
67	43	42	1849	1764	1806
68	39	41	1521	1681	1599
69	42	42	1764	1764	1764
70	42	41	1764	1681	1722
71	44	40	1936	1600	1760
72	44	41	1936	1681	1804
73	42	41	1764	1681	1722
74	41	41	1681	1681	1681
75	42	40	1764	1600	1680
76	41	41	1681	1681	1681
77	41	40	1681	1600	1640
78	42	41	1764	1681	1722
79	43	38	1849	1444	1634
80	41	39	1681	1521	1599
81	42	40	1764	1600	1680
82	41	40	1681	1600	1640
83	38	39	1444	1521	1482
84	40	41	1600	1681	1640
85	39	40	1521	1600	1560
86	40	37	1600	1369	1480
87	40	39	1600	1521	1560
88	39	38	1521	1444	1482
89	40	38	1600	1444	1520

90	39	38	1521	1444	1482
91	37	38	1369	1444	1406
92	37	39	1369	1521	1443
93	40	37	1600	1369	1480
94	39	42	1521	1764	1638
95	35	42	1225	1764	1470
Σ	4053	3972	173429	166848	169954

Analisis Koefisien Korelasi X Terhadap Y

Untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel *service quality* dengan *customer satisfaction* di Bank BTPN Cabang Ciamis dapat digunakan analisis korelasi sederhana dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Sumber: Sugiyono (2014:286)

Keterangan:

n = Banyaknya sampel atau responden

X = Variabel independen (*Service Quality*)

Y = Variabel dependen (*Customer Satisfaction*)

r_{xy} = Koefisien Korelasi Product Moment antara X dan Y

$\sum x$ = Jumlah skor variabel X

$\sum y$ = Jumlah skor variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara skor variabel X dan Y

Perhitungan Koefisien Korelasi X dengan Y adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{95(169954) - (4053)(3972)}{\sqrt{95(173429) - (4053)^2 [95(166848) - (3972)^2]}}$$

$$r_{xy} = \frac{16145630 - 16098516}{\sqrt{[16475755 - 16426809][15850560 - 15776784]}}$$

$$r_{xy} = \frac{47114}{\sqrt{(48946)(73776)}}$$

$$r_{xy} = \frac{47114}{\sqrt{3611040096}}$$

$$r_{xy} = \frac{47114}{60,091.930}$$

$$r_{xy} = 0,784$$

Dari perhitungan analisis koefisien korelasi sederhana tersebut, dapat diketahui koefisien korelasi antara variabel *service quality* terhadap variabel *customer satisfaction* adalah sebesar 0,784.

Analisis Regresi Linear Sederhana

$$Y = a + bX$$

dimana a dan b dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Sumber: Sugiyono, (2012:188)

Keterangan:

a = Konstanta, yaitu nilai tetap Y, apabila X tidak berubah atau X=0

b = Koefisien nilai regresi, atau besarnya pengaruh perubahan X terhadap perubahan Y

n = Banyaknya sampel atau lamanya tahun penelitian

X = variabel *independent*

Y = Variabel *dependent*

Perhitungan Analisis Regresi Linear Sederhana yaitu sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{(3972)(173429) - (4053)(169954)}{95(173429) - (4053)^2}$$

$$a = \frac{36426}{48946}$$

$$a = 0,744$$

$$a = \frac{688859988 - 688823562}{16475755 - 16426809}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{95(169954) - (4053)(3972)}{95(173429) - (4053)^2}$$

$$b = \frac{16145630-16098516}{16475755-16426809}$$

$$b = \frac{47114}{48946}$$

$$b = 0,962$$

Dari perhitungan analisis regresi linear sederhana tersebut dapat diketahui bahwa nilai a yaitu 0,744 dan nilai b yaitu 0,962 jadi persamaan regresinya yaitu $Y = a + bX$ atau $Y = 0,744 + 0,962X$.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien dari determinasi menunjukkan nilai variabel yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan. Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel X (*Service Quality*) terhadap variabel Y (*Customer Satisfaction*) menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2011:231)

Dimana:

KD = Nilai Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi

Perhitungan koefisien determinasi X terhadap Y adalah sebagai berikut :

$$KD = (0,784)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,6146 \times 100\%$$

$$KD = 61,46\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa besarnya persentase pengaruh program (*service quality*) terhadap (*customer satisfaction*) di Bank BTPN Cabang Ciamis adalah sebesar 61,46% sementara 38,54% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Uji t (Uji Hipotesis)

Untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel pengembangan organisasi terhadap kinerja maka digunakan rumus uji t dengan perhitungan sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

Sumber: Sugiono(2012:184)

Keterangan:

r: hasil koefisien korelasi *product moment*

n: Jumlah Responden

t: Uji hipotesis

Perhitungan uji t variabel X dengan Y adalah sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,784\sqrt{95-2}}{\sqrt{1-(0,784)^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,784\sqrt{93}}{\sqrt{1-0,6146}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,784\sqrt{93}}{\sqrt{0,3853}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,784(9,643)}{0,620}$$

$$t_{hitung} = \frac{7,560}{0,620}$$

$$t_{hitung} = 12,193\%$$

Hasil uji hipotesis dapat dikatakan signifikan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ hasil perhitungan diatas dengan α untuk diuji dua pihak dan $dk = n-2$ (93) diperoleh t_{hitung} 12,193%, sedangkan bobot $t_{tabel} = 1,661$. Dari perhitungan diatas dapat diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ itu artinya terdapat pengaruh program *service quality* yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Pengaruh Program *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono (2012:157), “*Service quality* yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Kualitas pelayanan (*service quality*) di bank BTPN bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan dalam memberikan pelayanannya. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan (*service quality*) akan dinilai baik atau positif oleh nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian di bank BTPN diketahui bahwa program *service quality* memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan *customer satisfaction* yaitu sebesar 0,784.

Sedangkan pengaruhnya sebesar 61,46% sementara 38,54% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis (Uji T) pengaruh program *service quality* terhadap *customer satisfaction* diketahui bahwa $t_{hitung} 12,193 > t_{tabel} 1,333$ maka hipotesis diterima berarti terdapat pengaruh program *service quality* yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Berdasarkan uraian diatas bahwa semakin tinggi program *service quality*nya maka *customer satisfaction* akan semakin baik.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan yang ada, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian di Bank BTPN Cabang Ciamis diketahui bahwa pengaruh program *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di Bank BTPN Cabang Ciamis. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat hubungan yang sangat tinggi/kuat antara program *service quality* dengan *customer satisfaction*.. Berdasarkan uraian diatas bahwa semakin tinggi program *service quality*nya maka *customer satisfaction* akan semakin baik.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan bank BTPN Cabang Ciamis dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi program *service quality*nya yang sudah baik sehingga para nasabah merasakan lebih nyaman dan mendapatkan kepuasannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian yang lebih lanjut mengenai pengaruh program *service quality* terhadap *customer satisfaction* dengan metode penelitian kualitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayan, Rahmah & Lubis, Syahri Alfi. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Journal of Business Administration* Vol 1, No.2, September. Diakses tanggal 21-12-2018.
- Apriani, Aliyah. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 51 No. 2 Oktober Diakses tanggal 21-12-2018
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Ombak
- Fayol, Henry. 2010. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : PT. Elex Media
- Handoko, T. 2009. *Pengertian Manajemen*. Cetakan Dua Puluh, Yogyakarta : Penerbit BPEE
- Handoko, T. 2013. *Pengertian Manajemen*. Cetakan Dua Puluh, Yogyakarta : Penerbit BPEE
- Hasibuan, Malayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Cetakan ke enam belas. PT. Bumi Aksara
- Ibrahim Mariaty & Windari Tias. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Jom FISIP* Vol.4 No.2 Oktober. Diakses tanggal 22-12-2018
- Ismail, Solihin. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Erlangga
- Istiatin, Nilasari E. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Paradigma* Vol. 13, No. 01, Februari – Juli. Diakses tanggal 21-12-2018
- Kotler, Philip dan Keller, Lane Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Edisi Ketiga Belas . Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Lubis, Syahri. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, September, hlm. 86-97. e-ISSN:2548-9909. Diakses tanggal 21-12-2018
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Cetakan ke tiga. Salemba Empat
- Martono, Harjito Agus. 2011. *Manajemen Keuangan Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia
- Mulyana. 2013. *Metode Penelitian*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Mochamad. 2010. *Metode Penelitian*. Bogor : Cetakan Ke Enam. Penerbit Ghalia Indonesia

- Pandjaitan, Effendi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September. Diakses tanggal 21-12-2018.
- Prabowo, F. H. E., Dwi, L. R., dan Nuryanti, T. 2019. *Decreasing Satisfaction of Urban Transport Passenger*. E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis. 20 (2) : 141-148.
- Rahayu, Mira Septiani. 2018. *Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness (Survei Berdasarkan Persepsi Pengguna Smartphone Oppo Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh)*. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Tidak diterbitkan.
- Rivai. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Raja Grafindo
- Sangadji, M dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Siagian, P. Sondang. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Silalahi. 2011. *Asas-Asas Manajemen*. Bandung. : Refika Aditama
- Steafen, J dan Sum. 2015. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Cetakan ke dua puluh tiga. Alfabeta
- Terry, R George. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Terry, R. George. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Tjiptono dan Chandra. 2016. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- William. 2014. *Manajemen Operasional*. Jakarta : Salemba Empat
- Yuliati, Lili A.2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. DeReMa Jurnal Manajemen. Vol. 11 No. 2, September. Diakses tanggal 21-12-2018