



Pengaruh Kualistas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu

The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at Bank Sulteng, Palu Branch

Rifky Saputra^{1*}, Nirmala Dewi², Dwi Wahyono³

^{1,2,3}Universitas Abdul Aziz Lamadjido (Azlam), Palu

*Corresponding Author: E-mail: mayaakil68@gmail.com

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 28 Nov, 2024

Revised: 7 Dec, 2024

Accepted: 19 Dec, 2024

Kata Kunci:

Kualitas;
Layanan;
Kepuasan

Keywords:

Service;
Quality;
Satisfaction

DOI: [10.56338/jks.v8i1.6987](https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6987)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, jaminan, empati dan daya tanggap secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deksriptif dan verifikatif dan jenis data yang digunakan data yang bersifat kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner dan studi Pustaka. Adapun metode statistic yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS For Windows Versi 16.0. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, maka dapat disimpulkan bahwa: pengawasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kinerja nilai kpefisien kolerasi (Multiper R) adalah sebesar 0,991. artinya bahwa Tingkat keeratan hunungan kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, jaminan, empati dan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu adalah sebesar 99,1%. Nilai Adjusted R adalah sebesar 0,982 yang berarti bahwa besarnya besarnya pengaruh bukti fisik, keandalan, jaminan, empati dan daya tanggap secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu adalah sebesar 98,2%. Sedangkan sisanya 1,8% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi penelitian ini, store atmosfer, Lokasi, bauran promosi dan sebagainya.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of quality consisting of physical evidence, reliability, assurance, empathy and responsiveness simultaneously or partially have a significant effect on customer satisfaction at Bank Sulteng, Palu Branch. This type of research uses descriptive and verification research and the type of data used is quantitative data. The data sources used in this study are primary and secondary data. Data collection techniques used are observation, interviews, questionnaires and literature studies. The statistical method used is multiple linear regression using the SPSS For Windows Version 16.0 program. Based on the results of calculations that have been carried out using multiple linear regression analysis, it can be concluded that: supervision and satisfaction have a significant effect on the performance of the correlation coefficient value (Multiper R) is 0.991. meaning that the level of closeness of the relationship between service quality consisting of physical evidence, reliability, assurance, empathy and responsiveness to customer satisfaction at Bank Sulteng, Palu Branch is 99.1%. The Adjusted R value is 0.982, which means that the magnitude of the influence of physical evidence, reliability, assurance, empathy and responsiveness simultaneously on customer satisfaction variables at Bank Sulteng, Palu Branch is 98.2%. While the remaining 1.8% is explained by other variables not included in the regression model of this study, store atmosphere, location, promotional mix and so on.

PENDAHULUAN

Meningkatkan kualitas layanan dan memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan industri. Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu dan kemasan, dimana keseluruhan hal tersebut hanya dituiukan untuk menarik minat pelanggan atau konsumen, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas membeli pada produk tersebut. Oleh karna hal tersebut setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas yang lebih besar bagi perusahaan. Strategi yang tepat dapat menarik pelanggan hendaknya disusun secara cermat, agar pelanggan mau membeli produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Lebih dari itu, dengan segala kiatnya perusahaan hendaknya juga terus berupaya agar pelanggan dapat menjadi pelanggan yang setia.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau suatu evaluasi kesesuaian atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaian (Oliver pada Birgelen, Ruyter dan Wetzels, 2000). Olson dan Dover pada Spreng, Meckenzie dan Olshavsky (1996) mendefinisikan harapan sebagai kepercayaan seseorang terhadap kemampuan suatu produk pada suatu waktu di masa yang akan datang. Harapan dapat dibagi menjadi komponen, yaitu kemungkinan yang terjadi dan evaluasi dari yang terjadi (Oliver pada irgelen et all, 2000).

Pada dasarnya produk yang ditawarkan setiap bank relative sama, yang membedakannya adalah bagaimana sebuah bank dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan bagi para nasabahnya dibandingkan dengan bank pesaing. Kualitas pelayanan, kemudahan dalam bertransaksi dan kecepatan respon dalam menangani keluhan merupakan salah satu factor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen.

Keberadaan jasa perbankan dalam Masyarakat memang Lebih menguntungkan terutama pada sektor perekonomian, di mana para pelaku ekonomi lebih leluasa dalam menjalankan proses kegiatan ekonominya untuk menunjang kelangsungan hidup. Usaha jasa perbankan dalam masyarakat yang mengedepankan pelayanan yang baik demi memperoleh kepercayaan dari masyarakat sebagai nasabahnya akan menghadapi berbagai macam keadaan atau pandangan yang timbul dari masyarakat sebagai ungkapan kepuasan atau ketidakpuasannya akan pelayanan yang diterimanya dari pihak bank yang dipercayainya.

Bank Sulteng, sebagai salah satu bank yang di Sulawesi Tengah yang turut adil dalam pembangunan di Kota Palu Bank Sulteng telah banyak melakukan terobosan guna untuk terus meningkatkan jumlah konsumen, atau pengguna jasa bank ini. Namun tidak berbeda dengan jasa bank lainnya, meskipun Bank Sulteng tergolong jasa bank yang terkemuka, dinamika ketidakpuasan konsumen juga tidak akan terlepas dari cara pelayanan karyawan. Hal ini dapat dilihat dari masih adanya antrian panjang yang terjadi pada konsumen sehingga banyak konsumen yang harus rela menunggu lama. Tidak hanya itu, ada beberapa konsumen yang berpendapat bahwa pada proses pencairan yang memakan waktu yang cukup lama, selain itu dari segi fasilitas yang kurang baik serta ruangan yang kurang luas. Adapun pada saat konsumen melakukan transaksi harus melalui beberapa ketentuan yang rumit membutuhkan waktu yang cukup lama sehingga melahirkan persepsi yang Bank negatif terhadap pelayanan Bank Sulteng.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deksriptif dan verifikatif dan jenis data yang

digunakan data yang bersifat kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner dan studi Pustaka. Adapun metode statistik yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS For Windows Versi 16.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam usahanya. Kepuasan konsumen menjadi salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009: 138-139), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan harapannya. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Konsumen yang merasa puas biasanya tetap setia menggunakan produk dalam waktu yang lebih lama, membeli kembali ketika Perusahaan mengembangkan produknya, dan membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain. Mowen dan Minor (2002: 89) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen dengan memberikan penilaian setelah memperoleh dan mengkonsumsi barang atau jasa. Kepuasan konsumen juga merupakan evaluasi setelah melakukan pembelian di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melebihi harapan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji regresi secara simultan, pengujian Hipotesis mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu diperoleh nilai yang signifikan dan nilai probabilitas atau signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hening (2011) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Dok Dan Perkapalan Surabaya (Persero). Hasil pengujian secara simultan menunjukkan pengaruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan, yang diindikasikan dengan perolehan nilai signifikansi masih dibawah $\alpha = 5\%$. Disamping itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Janur (2010) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung. Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p) $0.003 < 0.05$.

Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu.

Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

Bukti fisik (tangibles) adalah yang berkenaan dengan daya Tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan. (Tjiptono, 2016: 137). Sedangkan Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam (Hardiansyah, 2011:46) bukti fisik (tangibles) adalah kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi. Penampilan petugas dalam melayani pelanggan, kenyamanan tempat melakukan pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan, kedisiplinan petugas dalam melakukan pelayanan, kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan, penggunaan alat bantu dalam pelayanan.

Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial pengujian Hipotesis mengenai pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu diperoleh nilai yang signifikan dan nilai probabilitas atau signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi. Hasil penelitian ini mendukung

penelitian yang dilakukan oleh Hening (2011) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Dok Dan Perkapalan Surabaya (Persero). Hasil pengujian menunjukkan pengaruh variabel bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan, yang diindikasikan dengan perolehan nilai signifikansi masih dibawah $\alpha = 5\%$.

Pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu.

Kehandalan (reliability) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan terpercaya. (Tjiptono, 2016: 137). Sedangkan Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam (Hardiansyah, 2011:46) kehandalan (realibility) adalah kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Kecermatan petugas dalam melayani, memiliki standar pelayanan yang jelas, kemampuan dan keahlian petugas dalam proses pelayanan.

Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) antara variabel kehandalan dengan kepuasan anggota menunjukkan nilai signifikansi 0,013 kurang dari memiliki arti bahwa secara parsial variabel kehandalan 0,05 yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulteng Cabang Palu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulteng Cabang Palu, sesuai dengan hasil pengumpulan data berupa kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden bahwa kehandalan yang ditunjukkan dengan karyawan Bank Sulteng Cabang Palu mampu membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Kadek Indri Novita Sari Putri dan Nyoman Nurcaya (2011) menyatakan variabel kehandalan (reliability) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu.

Jaminan (assurance) adalah perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan Perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. (Tjiptono, 2016: 137). Sedangkan Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam (Hardiansyah, 2011:46) jaminan (assurance) adalah kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.

Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) antara variabel jaminan dengan kepuasan anggota menunjukkan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 yang memiliki arti bahwa secara parsial variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulteng Cabang Palu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulteng Cabang Palu, sesuai dengan hasil pengumpulan data berupa kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden bahwa jaminan yang diberikan karyawan Bank Sulteng Cabang Palu mampu membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Kadek Indri Novita Sari Putri dan Nyoman Nurcaya (2011) menyatakan variabel kehandalan (reliability) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Kadek Indri Novita Sari Putri dan Nyoman Nurcaya (2011) menyatakan jaminan (assurance) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu.

Empati (empathy) berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan

dan memiliki jam operasi yang nyaman. (Tjiptono, 2016: 137). Sedangkan Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam (Hardiansyah 2011:46) empati (empathy) adalah sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. Mendahulukan kepentingan pelanggan, petugas melayani dengan sikap ramah, sikap sopan santun, melayani dengan tidak diskriminatif, dan menghargai setiap pelanggan.

Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) antara variabel empati dengan kepuasan anggota menunjukkan nilai signifikansi 0,008 kurang dari 0,05 yang memiliki arti bahwa secara parsial variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulteng Cabang Palu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulteng Cabang Palu, sesuai dengan hasil pengumpulan data berupa kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden bahwa empati yang diberikan karyawan Bank Sulteng Cabang Palu mampu membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Kadek Indri Novita Sari Putri dan Nyoman Nurcaya (2011) menyatakan variabel kehandalan (reliability) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Kadek Indri Novita Sari Putri dan Nyoman Nurcaya (2011) menyatakan jaminan (assurance) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu.

Daya tanggap (responsiveness) adalah kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. (Tjiptono, 2016: 137). Sedangkan Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam (Hardiansyah, 2011:46) daya tanggap (responsiveness) adalah kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen, merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan, petugas melakukan pelayanan dengan cepat, tepat dan cermat, melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat, semua keluhan konsumen direspon oleh petugas. Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) antara variabel daya tanggap dengan kepuasan anggota menunjukkan nilai signifikansi 0,005 kurang dari 0,05 yang memiliki arti bahwa secara parsial variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulteng Cabang Palu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulteng Cabang Palu, sesuai dengan hasil pengumpulan data berupa kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden bahwa daya tanggap yang diberikan karyawan Bank Sulteng Cabang Palu mampu membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Dibyantoro, Alhushori, Rini Gustriani (2012), menyatakan variabel daya tanggap (responsiveness) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan BTN BATARA Cabang Palembang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kualitas layanan yang terdiri dari Bukti fisik, Keandalan, jaminan, empati dan daya tanggap secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu. Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah pada Sulteng Cabang Palu. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sulteng Cabang Palu

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

PT Bank Sulteng Cabang Palu sebaiknya meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang diberikan terutama pada variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), empati (X4), dengan memperluas lahan parkir yang ada sehingga akan membuat nasabah merasa puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT Bank Sulteng Cabang Palu.

Mempertahankan variabel jaminan (X3) dan ketanggapan (X5), dengan mempertahankan pelayanan secara tepat waktu, menangani keluhan dengan cepat, informasi yang diberikan mudah dimengerti, sehingga permasalahan diskomunikasi antara nasabah dan karyawan bank tidak terulang kembali.

Untuk peneliti lain yang tertarik dengan penelitian ini, sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut tentang variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja dari pegawai.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, A, 1996. *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehata :aplikasi prinsip lingkaran pemecahan masala*, Sinar Harapan, Jakarta.
- Almasdi, dan Jusuf Suit. 2012. *Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Syiar Media
- Ali, Hasan 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Bilson Simamora , *Analisis Multivariat Pemasaran* . PT Gramedia Pustaka Umum, 2005
- Gujarati, Damodar. 203. *Ekonomika Dasar*. Jakarta: Erlanga.
- Hasan, Iqbal. 202. *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1986). *Consumer behavior*. Busines Publication, Inc.
- Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta :SalembaEmpat
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Programn SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro. 2006.
- Jogiyanto (204). *Metode Penelitan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Kamandanu, Tutus Soko. 2012. *Pengaruh Ekuaitas Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Blackbery di Pusat Handphone Ramai Phone Market Yogyakarta*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: FE UNY.
- Kotler, P. & Keler, KL. 207. *Manajemen Pemasaran*, Ed12. Jild 2. Penerbit PT Indeks: Jakarta.
- Kotler, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BinaRupaAksara
- Kotler, Philp, 202, "Marketing Management: Analysis, Planing, Implementation, and Control, Tenth Editon", Prentice Hall International, Inc., New Jersey
- Kotler, Philp, 208. "Marketing Management: Analysis, Planing, Implementation, and Control, Tenth Editon", Prentice Hall International, Inc., New Jersey.
- MohNazir. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Mowen, John c dan Michael Minor. 202. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Penerbit Erlanga
- Parasuraman, A. Zeithaml., Valerie, A., Bery, Leonard L. (198). *Servqual : A Mulitple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailng*. Vol. 64 No.1. Hlm. 12-40.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Srinadi dan Nila kusmawati. 2008. "Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Fakultas Sebagai lembaga Pendidikan (Studi Kasus di FMIP. Universitas Udayana)"

- Jurnal Cakrawala Pendidikan. November. Th. XXVII.
- Sugiyono., Statistik untuk penelitian. Yogyakarta : Andi Offset, 2007.
- Sugiyono., Metode Penelitian Bisnis, Bandung: CV Alfabeta. 2009.
- Sugiyono., Metode Penelitian Bisnis, Bandung : CV Alfabeta. 2008.
- Sumarwan, Ujang. 201. Perilaku Konsumen, Teori dan Aplikasinya Dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia
- Suryani, Tatik. 2013. Perilaku konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sadono, dk. 206. Pengantar Bisnis. Edisi pertama. Jakarta: Kencana Perdana Media Group. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Panca Bhakti Palu (2017)., Pedoman Penulisan Skripsi. Edisi Revisi. Palu: STIE P.B.
- Sutedja Dharma Oetomo, Budi. 2007. Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep dan Aplikasi, Yogyakarta: Andi Offset.
- Swasthadanrawan. 200. Manajemen Pemasaran Modern, (Edisi I, Get. VHI): Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000:54. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2012:51-143), Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDL
- Zeithaml, Valerie A., Leonard Bery, and A. Parasuraman. 196. The Behavioral