PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN LOKASI KANTOR TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN SIMPEDA DI BANK JATIM CABANG KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Manajemen

OLEH

ROSY SUKARYONO
NPM : 12.1.02.02.0411

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UNPGRI KEDIRI
2016

Skripsi Oleh :

ROSY SUKARYONO
NPM : 12.1.02.02.0411

Judul :

PEGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN LOKASI KANTOR TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN SIMPEDA DI BANK JATIM JABANG KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian atau Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal, 20 Juli 2016

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. Dr. Sugiono, S.Pd., M.M	Rony Kurniawan, SE. M.M
NIDN. 0014015706	NIDN. 0730076804

ii

Skripsi Oleh:

ROSY SUKARYONO
NPM:12.1.02.02.0411

Judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN LOKASI KANTOR TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN SIMPEDA DI BANK JATIM CABANG KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen FE UNP Kediri
pada Tanggal : 4 Agustus 2016

dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Prof. Dr. Sugiono., M.M.
2. Penguji I : Ema Nurzainul H., S.E., M.M.
3. Penguji II : Rony Kurniawan, S.E., M.M.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN LOKASI KANTOR TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN SIMPEDA DI BANK JATIM CABANG KEDIRI

Rosy Sukaryono
12.1.02.02.0411
Ekonomi - Manajemen
rossijono@gmail.com
Prof. Dr. Sugiono., M.M.danRony Kurniawan, S.E., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Sukaryono, Rosy: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Lokasi Kantor terhadap Keputusan menjadi Nasabah Tabungan Simpeda di Bank Jatim Cabang Kediri, Skripsi, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2016.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minat nasabah untuk menabung, karena produk yang ditawarkan antar bank pada dasarnya hampir sama dan mudah ditiru. Untuk meningkatkan minat menabung maka bank perlu menawarkan beberapa produk-produk yang memiliki perbedaan dibandingkan dengan produk lainnya.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri (2) pengaruhproduk tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri (3) pengaruh lokasi kantor terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri (4) pengaruh kualitas pelayanan, produk tabungan dan lokasi kantor terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 orang dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan software SPSS for windows versi 20.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri (2) Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri (3) Lokasi kantor berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri (4) Secara simultan (bersama) kualitas pelayanan, produk dan lokasi kantor berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Produk, Lokasi, Keputusan Menjadi Nasabah

A. LatarBelakang

Di era globalisasi saat ini menuntut setiap individu bahkan perusahaan untuk melakukan setiap kegiatan perbankan secara cepat dan tepat, termasuk dalam dunia perbankan. Dalam dunia moderen sekarang nasabah bank semakin di mudahkan dengan berbagai macam fasilitas dan pelayanan yang modern, mulai dari fsilitas ATM yang memadai di setiap daerah, juga akses M-BANKING yang dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Selain itu juga banyak sekali produk-produk unggulan perbankan yang di tawarkan kepada nasabah dengan berbagai kemudahan dan kebutuhan yang dapat di sesuaikan dengan kebutuhan yang di perlukan nasabah. Beberapa tahun terakhir jasa layanan semakin mendapatkan perhatian dari kalangan dunia usaha, terutama pada industry atau perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perbankan yang tumbuh dan berkembang. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tidak terlepas dari kreativitas pelayanan perusahaan perbankan. Untuk mewujudkan pelayanan yang berkualitas pada nasabah, maka pihak perbankan harus mampu memahami nasabah dan harapannya dari kualitas pelayanan.

Saat ini pelayanan yang di lakukan oleh Bank Jatim kurang memuaskan nasabah, terlalu banyak proses yang harus dilewati nasabah untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan seperti membuka tabungan dan membuat ATM. Selain itu, produk yang di tawarkan juga kurang beragam sehingga nasabah merasa dibatasi dalam pemilihan produk. Lokasi yang strategis memudahkan nasabah saat ingin menabung di Bank Jatim, namun tidak semua nasabah bisa dengan mudah menjangkau lokasi karena arus lalu lintas Kota Kediri yang padat.

Faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan bank yang cepat, nyaman dan lokasi bank yang strategis terutama mudah di jangkau akan memuaskan nasabah dalam menyimpan atau menarik dananya di bank. Dalam mengahadapi persaingan di industri perbankan, Bank JATIM berusaha meningkatkan pelayanan dan melakukan inovasi produk tabungan seperti dalam bentuk tabungan simpeda yang sesuai dengan yang di

butuhkan dan di inginkan oleh calon nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis mengambil judul penelitian tentang "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Lokasi Kantor Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Simpeda Di Bank JATIM Cabang Kediri**".

B. Kajian Teori

Pemasaran jasa adalah "setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip ingtangible dan tidak menyebabkan kepindahan kepemilikan apapun", (Lopiyoadi 2006:5). Pemasaran itu sendiri merupakan "proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan produk lain", (Kotler 2003:7).

1. Keputusan Menjadi Nasabah

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli (Kotler 2002 : 212). Sedangkan menurut (Helga 2000:251) keputusan yaitu semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada hakikatnya bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen sebagai pengguna jasa. Baik buruknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabah. Menurut Kotler (2004:211) pelayanan mempunyai arti "setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak oleh pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu". Namun secara umum, pelayanan berati menyediakan segala apa yang dibutuhkan oleh orang lain. Menurut Kotler (Subihaiani 2001), "kualitas layanan" merupakan "suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (perceived service) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected value)".

3. **Produk**

Dalam menghasilkan produk, perusahaan hendaknya akan menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Beberapa ahli pemasaran mengemukakan pendapatnya tentang pengertian produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. (Kotler dan Keller 2009:4) yang dialihkan bahasakan oleh Bob Sabran. Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian akuisisi, pengguna atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Amstrong 2008:266) yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran.

4. **Lokasi Kantor**

Lokasi sangat penting dalam dunia usaha karena lokasi menentuakan tempat dimana bank itu melakukan tugas-tugas bank. Lokasi strategis atau yang bagus memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengeluarkan biaya yang sedikit. Sementara lokasi yang kurang memadai akan memaksa nasabah untuk mengeluarkan lebih banyak biaya. Pengertian lokasi adalah tempat bank tersebut melakukan kegiatan sehari-hari (Sumarni dan Soeprihanto, 2005:84). Menurut (Kasmir 2004:163) yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan.

C. Metode

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa sajayang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasitentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012:38).

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yang terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat yaitu :

1. **Variabel Terikat**

Menurut Sugiyono (2012:4) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Menjadi Nasabah (Y).

2. **Variabel Bebas**

Menurut Sugiyono (2012:4) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah Kualitas Pelayanan, Produk dan Lokasi Kantor.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalahdeskriptif. Penelitiandeskriptif adalah memberi gagasan atau memberigambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasisebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulanyang berlaku untuk umum (Sugiono, 2007:29).

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono (2013:34), "Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik".Disebut kuantitatif karena jawaban-jawaban responden tersebut dikuantifikasikan dengan memberi nilai-nilai pada setiap jawaban.

Menurut (Sugiyono, 2012:225), pengumpulan data didasarkan pada dua jenis data, yaitu data primer adalah data yang dapat langsung dari sumber pertama yang memberikan data kepada pengumpul. Kemudian data sekunder adalah data yang berasal dari sumber internal (data yang diambil dari dalam perusahaan) dan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara kuesioner digunakan sebagai pengumpuan data dari masyarakan di kota Kediri.

Dalam penelitian ini langkah-langkah pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang dijawabnya. Menurut Sugiyono (2011:142) kuesioner adalah pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Tujuan kuesioner adalah memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei, memperorel informasi dengan tingkat keandalan dan tingkat keabsahan setinggi mungkin. Jawaban dari pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpan bantuan dari pihak peneliti serta pertanyaan yang

diajukan pada responden harus jelas (Sugiyono, 2011:199).

D. Hasil Dan Kesimpulan

Hasil penelitian diatas merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti selama kurun waktu juni sampai juli 2016 dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian dari pengurusan surat izin penelitian mulai pada Universitas Nusantara PGRI Kediri Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, hingga persetujuan pihak Bank Jatim Cabang Kediri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif tentang, bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, produk dan lokasi kantor terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank Jatim Cabang Kediri.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di bank jatim cabang kediri. Hal ini membuktikan bahwa tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan) dan responsiveness (ketanggapan) memberikan pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wulan Pinontoan (2013), Tatik Ernawati (2015) dan Chusnul Chotimah (2014) yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

2. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di bank jatim cabang kediri. Hal ini membuktikan bahwa tidak berwujud, bervariasi dan tidak terpisahkan memberikan pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pinontoan (2013), Ernawati (2015) dan Chotimah (2014) yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

3. **Pengaruh Lokasi Kantor Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa lokasi kantor berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di bank jatim cabang kediri. Hal ini membuktikan bahwa akses, tempat parkir dan lingkungan memberikan pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wulan Pinontoan (2013), Tatik Ernawati (2015) dan Chusnul Chotimah (2014) yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

4. **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Lokasi Kantor Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, produk dan lokasi kantor) seara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah) tabungan simpeda di bank jatim cabang kediri. Hasil ini sesuai dengan pendapat kotler dan keller keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, produk dan lokasi kantor. Bank harus bisa memahami kebutuhan dan perilaku nasabah dengan baik sehingga terciptanya keputusan menjadi nasabah tabungan. Hal ini di dasarkan dari definisi singkat dari pemasaran adalah "memahami kebutuhan dengan cara yang menguntungkan" (Kotler dan Keller, 2009:5).

Hasil analisis koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel 4.11 besar pengaruh kualitas pelayanan, produk dan lokasi kantor terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan adalah sebesar 79,8%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah sebesar 20,2% akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini. Jadi sangat jelas bahwa (kualitas pelayanan, produk dan lokasi kantor) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang

dilakukan oleh Wulan Pinontoan (2013), Tatik Ernawati (2015) dan Chusnul Chotimah (2014) yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah..

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, produk dan lokasi kantor terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri. Hal ini disebabkan karena bagi nasabah, pegawai Bank JATIM Cabang Kediri sangat membantu ketika dibutuhkan oleh nasabah baik dalam proses transaksi maupun dalam hal pemberian informasi.
2. Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri. Hal ini disebabkan karena nasabah mendapat manfaat lebih dari produk yang ditawarkan oleh pihak Bank JATIM Cabang Kediri.
3. Lokasi kantor berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri. Hal ini disebabkan karena lokasi yang strategis mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi di kantor Bank JATIM cabang Kediri.
4. Secara simultan (bersama) kualitas pelayanan, produk dan lokasi kantor berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan simpeda di Bank JATIM Cabang Kediri. Diantara variabel tersebut yang paling berpengaruh adalah produk.

DAFTAR PUSTAKA

Alam. 2007. *Ekonomi untuk SMA dan MA* (Jilid 2). Jakarta: Erlangga Christoper

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Penerbit PT. Rineka Cipta.

Basu, Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.

Bob Foster. 2008. *"Manajemen Ritel"*. Bandung : Alfabeta.

Chotimah, Chusnul. 2014. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasiterhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*. Surakarta : Penerbit Universitas Muhammadiyah.

Ernawati, Tatik. 2015. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah (Survey pada BTN Syariah Cabang Surakarta).* Surakarta : Penerbit Universitas Muhammadiyah.

Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta : Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa.* Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran* (Edisi 2). Yogyakarta : Andi.

Fitzsimmons, James A. And Mona J. Fitzsimmons. 1994. *Service Management For Competitive Advantage.* New York : McGraw-Hill International.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Edisi 3). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multi variate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hansen dan Mowen. 2005. *Management Accounting* (Buku 2. Edisi ke 7). Jakarta : Salemba Empat.

Kasmir. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran,* (Edisi 9, Jilid 2). Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran,* (Edisi 12, Jilid 2). Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip & Keller, K. L. 2006. *Marketing Management 12 edition*. Pearson International.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran,* (Jilid 1, edisi 13), Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management :Analysis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey : Prentice Hall Int., Millenium Edition, Englewood Cliffs.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat.

Kotler, Philip. 2003. "*Marketing Management, 11th ed*", Prentice Hall International Edition, Engelwood Clifft, NJ.

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management, 11th ed*, Prentice Hall International Edition, Engelwood Clifft, NJ.

Lovelock & Lauren K Wright.2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia.

Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.

Lupiyoadi, Rambat dan A Hamdani. 2006. *Manajemen Pamasaran Jasa*, (Edisi 2). Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, Rambat. 2004. "*Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek".* Jakarta : PT salemba Empat.

Murti Sumarni dan John Soeprihanto. 2005. *Pengantar Bisnis, Dasar – dasar Ekonomi Perusahaan.* Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Pinontoan, Wulan. 2014. *Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado*. Manado : Penerbit Universitas Sam Ratulangi.

Ratminto dan Winarsih Atik Septi. 2005. *Manajemen Pelayanan.* Yogyakarta : Penerbit Pustaka Pelajar.

Saladin, Djaslim. 2004. *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan,* (Edisi 5). Bandung : Linda Karya.

Sriyadi. 1991. *Bisnis Pengantar Ilmu Perusahaan Modern.* Semarang: Penerbit IKIP Press.

Subihaini. 2001. *"Analisis Konsekuensi Kualitas Layanan pada Perilaku Konsumen."* Jurnal Bisnis dan Strategi. Tahun VI,h.99-115. Yogyakarta.

Sugiyono. 2012. *"Memahami Penelitian Kualitatif".* Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan*

Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian pedidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Metode penelitian pendidikan. Bandung* : Alfabeta.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian pedidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Rosda.

Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. (Edisi 3). Yogyakarta : Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran* (Edisi 2). Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta : Andi.

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis, Cetakan Pertama.* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

.