

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK BRI Tbk (PERSERO) UNIT KLETEK
SIDOARJO**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY
ON SIDOARJO CUSTOMER SATISFACTION PT. BANK BRI Tbk (PERSERO) UNIT
KLETEK SIDOARJO***

**DISUSUN OLEH :
AVINAS YUSMAN
NIM. 18210728**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MAHARDHIKA
SURABAYA**

Email : avinasyusman63@gmail.com

Abstract

Customer needs that continue to increase and are based on a higher level of criticality tend to demand personal service and be involved in developing a product. Bank Rakyat Indonesia (BRI) is one of the banking industries in Indonesia with customers who want programs and products according to their wishes. One of the bank's images can occur because of good service quality and providing quality products that will have an impact on satisfaction. Synergy on service and a good bank image will have an impact on customer satisfaction. The purpose of this study is to determine and analyze the quality of service and product quality affect customer satisfaction. In addition, to determine and analyze the quality of service and product quality simultaneously affect customer satisfaction. The method used in this study uses quantitative methods. Data collection techniques in this study, researchers will use questionnaires and for data analysis techniques using Validity Test, Reliability Test, F Test, t Test, and Multiple Linear Regression. Based on the results of partial analysis of research shows that the Service Quality Variable (X1) has no positive effect, which means that the variable is not significant to the Customer Satisfaction Variable (Y). The results of the partial analysis show that the product quality variable (X2) has a positive effect, which means that the variable is dependent and significant on the Customer Satisfaction Variable (Y). The results of the simultaneous analysis show that the Service Quality Variable (X1) and Product Quality Variable (X2) simultaneously have a positive and significant effect on the Customer Satisfaction Variable (Y).

Keywords: Satisfaction, Customer, Product Quality, Service, Banking.

Abstrak

Kebutuhan nasabah yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisan yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu industri perbankan di Indonesia dengan nasabah yang menginginkan program dan produk sesuai keinginan mereka. Citra bank salah satu diantara dapat terjadi karena adanya kualitas layanan yang baik dan memberikan kualitas produk yang akan berdampak pada kepuasan. Sinergi atas layanan dan citra bank yang baik akan berdampak pada kepuasan nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Selain itu untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah. Metode yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan kuesioner dan untuk teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji F, Uji t, dan Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil penelitian analisis secara parsial menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh positif yang berarti variabel tersebut tidak signifikan terhadap Variabel Kepuasan Nasabah (Y). Hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas Produk (X2) berpengaruh positif yang berarti variabel tersebut terikat dan signifikan terhadap terhadap Variabel Kepuasan Nasabah (Y). Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Variabel Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Kata kunci: Kepuasan, Nasabah, Kualitas Produk, Pelayanan, Perbankan.

PENDAHULUAN

Di era global ini, pertumbuhan industri dan ekonomi berpengaruh kepada kehidupan masyarakat. Kenaikan status sosial, ekonomi dan industri dapat berdampak kepada cara hidup dan sikap suatu orang. Peralihan ini pada akhirnya berpengaruh ke kepuasan terhadap produk dan jasa. Untuk bisa bersaing di dalam dunia industri yang bertambah berkembang ini, entitas perusahaan harus mampu menyediakan produk serta layanan yang memberi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, namun perusahaan yang berkualitas yang bisa bersaing untuk mendominasi pasar. Bersamaan dengan tingginya perolehan, teknologi dan pendidikan, maka kapasitas harapan dan tuntutan pengguna jasa akan kepuasan kepada pelayanan yang diberikan oleh pelayanan umum juga meningkat. Selain itu, pelayanan umum dipaksa untuk bisa memberikan keperluan para pengguna jasa dan wajib selalu meningkatkan pelayanannya.

Menaikkan nilai pelayanan serta nilai produk untuk memenuhi keinginan pelanggan menjadi salah satu dari tujuan semua perusahaan khususnya perusahaan industri. Banyaknya produk bervariasi jenis, kualitas, dan bentuknya, semuanya untuk memikat hati pelanggan dan membuat pelanggan condong untuk membayar produk tersebut. Karena itu, semua perusahaan harus sanggup menghasilkan produk dengan spesifikasi yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk bisa membingkai ulang program yang mereka terapkan untuk menaikkan daya saingnya didalam melayani pelanggan. Bekerja untuk menghasilkan dan mempertahankan konsumen harus menjadi prioritas yang utama untuk perusahaan. Program yang tepat untuk menarik konsumen harus dipersiapkan dengan matang agar pelanggan mau membeli produk perusahaan. Tidak hanya itu, perusahaan juga wajib berusaha agar konsumen tetap loyal pada produknya.

METODE

Metode penelitian atas bab ini mewujudkan bagian dari suatu aturan ilmiah. Data-data yang bakal didapat didalam penyelidikan ini adalah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu, di mana data tersebut juga termasuk dalam data empiris yang mempunyai data valid. Penyelidikan ini memanfaatkan pendekatan atau penghampiran kuantitatif yang menghasilkan penelitian dimana mengutamakan analisis pada data nilai angka yang akan di olah dengan menggunakan metode statistika. Sugiyono (2016:2) berpendapat bahwasanya, Metode penelitian pada akhirnya ialah suatu cara yang ilmiah untuk memperoleh data dengan suatu maksud serta kepentingan.

Jenis penelitian ini mewujudkan suatu *survey* yang dilaksanakan terhadap konsumen pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (PERSERO) Cabang Waru Unit Kletek Sidoarjo. Metode yang dipakai untuk penyelidikan ini memakai metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012, p. 23) dikatakan metode kuantitatif karena data pada penelitian ini berbentuk nilai angka serta analisis memakai statistik.

Penyelidikan ini adalah bentuk penelitian non eksperimental yang berbentuk studi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) kepada Kepuasan Pelanggan (Y). Teknik pengambilan data didalam penyelidikan ini, peneliti akan memakai metode kuesioner dan untuk teknik analisis data memakai Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji F, Uji t, dan Regresi Linier Berganda.

Pada penelitian ini, lokasi yang akan menjadi objek penyelidikan yaitu pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (PERSERO) Cabang Waru Unit Kletek Sidoarjo yang beralamat di Jl. Raya Kletek No. 169, Kletek Taman, Sidoarjo, Jawa Timur.

Waktu untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan ini yaitu berlangsung 3 bulan yakni dari bulan September 2021 sampai November 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

BRI atau yang biasanya disebut bank Bank Rakyat Indonesia tergolong dalam satu dari bank paling tua di Nusantara. BRI dibentuk tempatnya di Purwokerto, Hindia Belanda oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tepat pada tahun 1895. PT Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk ini mempunyai kantor pusat di Jakarta. Permulaan dari peresmian PT. Bank Rakyat Indonesia ini dengan sebutan lain De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau yang mempunyai arti Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto, yaitu suatu badan jasa keuangan yang memberikan layanan masyarakat asli yang kewarganegaraannya Indonesia aja. Lembaga itu berdiri pada tanggal yang saat ini dilahirkan sebagai hari peringatan lahirnya Bank Rakyat Indonesia yaitu tahun 1895 tanggal 16 Desember.

Sejak 1 Agustus 1992 berlandaskan dari UU perbankan No. 7 tahun 1992 dan aturan pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status Bank Rakyat Indonesia berganti yaitu menjadi perseroan yang terbatas. Kemitraan milik BRI pada waktu itu tetap 100% di bawah pemerintahan negara Indonesia. Dimasa 2003, Pemerintahan Indonesia mempunyai keputusan untuk menawarkan 30% sahamnya, kemudian menjadikan perusahaan untuk publik dengan nama asli PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang dipakai hingga sekarang. Beberapa anak perusahaan yang dikuasai oleh BRI diantara lain yaitu, Danareksa Sekuritas, Bank BNI Agroniaga, Bri Remittance, Bri Life, Bank BRI Syariah, BRI Finance, BRINS, dan yang terakhir ada BRI Ventures.

Data Responden

Untuk mendapati hasil dari penelitian, kita memerlukan instrument yang valid serta reliable. Instrument yang valid bermakna alat ukur yang dipakai agar memperoleh data yang valid, sementara itu instrument reliable adalah yang bilamana dipakai beberapa waktu untuk mengetahui suatu obyek serupa, yang membuahkan data yang sama. Uji Validitas digunakan agar mengetahui sah atau tidak kuesioner itu. Kuesioner bisa kita katakan valid, bila pertanyaan pada suatu kuesioner sanggup menerangkan

hal yang akan diterangkan oleh kuesioner itu. Apabila semua item dari semua indikator memiliki nilai yang signifikan $\leq 0,05$ (Ghozali, 2018:51), maka item-item dalam kuesioner tersebut valid dan dapat dilanjutkan sebagai instrumen penelitian. Pada penelitian kali ini berjumlah 292 Soal sehingga $n=292$, dan apabila dilihat sesuai tabel *r Product Moment*, maka menunjukkan angka 0,133. Dengan demikian jika hasil hitung *r* melebihi angka tersebut maka akan dinyatakan valid, namun jika hasil hitung *r* kurang dari nilai tersebut maka Indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 4. 1
Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin
Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	130	44,5	44,5	44,5
Perempuan	162	55,5	55,5	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Sumber : Data primer diolah 2022

Dari tabel 4.1 terdapat data responden yang berlandaskan dari jenis kelamin yang antara lain perempuan & laki-laki. Jumlah perempuan yang berada di PT. BANK BRI (PERSERO) CABANG WARU UNIT KLETEK SIDOARJO sebanyak 162 orang atau jika dihitung dalam persentase yaitu 55,5%. Sedangkan data responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki di PT. BANK BRI (PERSERO) CABANG WARU UNIT KLETEK SIDOARJO sebanyak 130 orang atau jika dihitung dalam persentase yaitu 45,5%. Maka dapat kita simpulkan bahwasanya ada perbedaan diantara laki-laki dan juga perempuan di perusahaan tersebut adalah 32 orang. Jadi total keseluruhan sampel yang dipakai didalam penyelidikan yang bekerja di perusahaan PT. BANK BRI (PERSERO) CABANG WARU UNIT KLETEK SIDOARJO terdapat 292 orang.

Tabel 4. 2
Data Responden berdasarkan Usia
Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21 - 30 tahun	84	28,8	28,8	28,8
31 - 40 tahun	115	39,4	39,4	68,2
41 - 50 tahun	62	21,2	21,2	89,4

51 - 60 tahun	31	10,6	10,6	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Sumber : Data primer diolah 2022

Dari tabel 4.2 bisa kita ketahui bahwasannya data responden berdasarkan usia menunjukkan usia 21-30 tahun sejumlah 84 orang atau 28,8%, usia 31 - 40 tahun sejumlah 115 orang atau 39,4%, usia 41 - 50 tahun sejumlah 62 orang atau 21,2%, serta usia 51-60 tahun berjumlah sekitar 31 orang atau 10,6%.

Tabel 4. 3
Data Responden berdasarkan Lama Bergabung
Lama Bergabung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 - 5 tahun	125	42,8	42,8	42,8
6 - 10 tahun	114	39,0	39,0	81,8
> 10 tahun	53	18,2	18,2	100,0
Total	292	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Pada tabel 4.3 data responden berdasarkan lamanya bergabung dalam waktu 1-5 tahun berjumlah 125 orang atau 42,8%, responden yang telah lama bergabung selama 6-10 tahun berjumlah 114 orang atau 39%, responde yang lama bergabung >10 tahun sebanyak 53 orang atau 18,2%. Di bagian ini dapat dirincikan hasil dari penelitian kita yang telah dilaksanakan, sampel yang dipakai didalam penyelidikan ini berjumlah 292 responden. Deskripsi dari penyelidikan ini dimulai dengan menjelaskan secara rinci hasil dari pengolahan suatu data.

Hasil dari pengolahan suatu data lebih lanjut dirincikan tentang yang bebas yang merupakan mempengaruhi variabel terikat dan diukur memakai skala likert.

Tabel

Untuk mendapati hasil dari penelitian, kita memerlukan instrument yang valid serta reliable. Instrument yang valid bermakna alat ukur yang dipakai agar memperoleh data yang valid, sementara itu instrument reliable adalah yang bilamana dipakai beberapa waktu untuk mengetahui suatu obyek serupa, yang membuahkan data yang sama. Uji Validitas digunakan agar mengetahui sah atau tidak kuesioner itu. Kuesioner bisa kita katakan valid, bila pertanyaan pada suatu kuesioner sanggup menerangkan hal yang akan diterangkan oleh kuesioner itu. Apabila semua item dari semua indikator memiliki nilai yang signifikan $\leq 0,05$ (Ghozali, 2018:51), maka item-item dalam kuesioner tersebut valid dan dapat dilanjutkan sebagai instrumen penelitian. pada penelitian kali ini berjumlah 292 Soal sehingga $n=292$, dan apabila dilihat sesuai tabel r

Product Moment, maka menunjukkan angka 0,133. Dengan demikian jika hasil hitung r melebihi angka tersebut maka akan dinyatakan valid, namun jika hasil hitung r kurang dari nilai tersebut maka Indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 4. 4
Distribusi Frekuensi
Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No.	Uraian	Frekuensi					Presentase (%)				
		SS	S	RR	TS	STS	SS	S	RR	TS	STS
1	X1_1.1	63	136	70	19	4	21,6	46,6	24,0	6,5	1,4
2	X1_1.2	70	132	69	16	5	24,0	45,2	23,6	5,5	1,7
3	X1_2.1	69	122	72	29	292	23,6	41,8	24,7	9,9	0,0
4	X1_2.2	49	127	85	30	1	16,8	43,5	29,1	10,3	,3
5	X1_3.1	82	144	45	21	0	28,1	49,3	15,4	7,2	0,0
6	X1_3.2	51	156	74	11	0	17,5	53,4	25,3	3,8	0,0
7	X1_4.1	68	141	62	16	5	23,3	48,3	21,2	5,5	1,7
8	X1_4.2	65	139	55	25	8	22,3	47,6	18,8	8,6	2,7
9.	X1_5.1	57	111	88	34	2	19,5	38,0	30,1	11,6	,7
10.	X1_5.2	48	118	94	28	4	16,4	40,4	32,2	9,6	1,4

Sumber : Output SPSS

Tabel 4. 5
Distribusi Frekuensi
Variabel Kualitas Produk (X2)

No	Uraian	Frekuensi					Presentase				
		SS	S	RR	TS	STS	SS	S	RR	TS	STS
1	X2_1.1	63	102	95	31	1	21,6	34,9	32,5	10,6	0,3
2	X2_1.2	50	109	102	27	4	17,1	37,3	34,9	9,2	1,4

3	X2_2.1	63	104	96	24	5	21,6	35,6	32,9	8,2	1,7
4	X2_2.2	64	106	100	20	2	21,9	36,3	34,2	6,8	0,7
5	X2_3.1	66	118	85	22	1	22,6	40,4	29,1	7,5	0,3
6	X2_3.2	57	116	91	28	0	19,5	39,7	31,2	9,6	0,0
7	X2_4.1	58	121	84	25	4	19,9	41,4	28,8	8,6	1,4
8	X2_4.2	69	115	73	28	7	23,6	39,4	25,0	9,6	2,4

Sumber : Output SPSS

Tabel 4. 6
Distribusi Frekuensi
Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Uraian	Frekuensi					Presentase				
		SS	S	RR	TS	STS	SS	S	RR	TS	STS
1	Y1	70	130	65	19	8	24,0	44,5	22,3	6,5	2,7
2	Y2	68	128	71	20	5	23,3	43,8	24,3	6,8	1,7
3	Y3	49	144	80	17	2	16,8	49,3	27,4	5,8	,7
4	Y4	64	141	62	23	2	21,9	48,3	21,2	7,9	,7
5	Y5	95	139	38	12	8	32,5	47,6	13,0	4,1	2,7
6	Y6	84	127	60	15	6	28,8	43,5	20,5	5,1	2,1
7	Y7	67	115	80	26	4	22,9	39,4	27,4	8,9	1,4
8	Y8	58	103	92	32	7	19,9	35,3	31,5	11,0	2,4

Sumber : Output SPSS

KESIMPULAN

Berlandaskan dari penelitian yang dilaksanakan penulis perihal pengaruh kualitas pelayanan dan juga kualitas produk kepada kepuasan pelanggan di PT. Bank BRI (PERSERO) Cabang Waru Unit Kletek Sidoarjo yang sudah diulas serta perhitungan statistik yang dilaksanakan. Maka dapat disimpulkan sebagaimana berikut:

Hasil analisis secara parsial membuktikan bahwasanya Variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak mempengaruhi secara positif yang berarti variabel tersebut tidak signifikan kepada Variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Hasil analisis secara parsial memperlihatkan bahwa variabel kualitas Produk (X2) mempengaruhi positif yang artinya variabel itu terikat dan signifikan kepada Variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Hasil dari analisis secara simultan menunjukkan bahwasanya Variabel Kualitas Pelayanan (X1) serta Variabel Kualitas Produk (X2) secara simultan mempengaruhi positif signifikan kepada Variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Berlandaskan dari hasil dan kesimpulan yang didapat didalam penelitian tersebut, maka diajukan masukan atau saran sebagai penggenap kepada hasil penyelidikan yang bisa dikasihkan sebagaimana berikut:

Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk BRI Unit Kletek perlu dipertahankan serta harus ditingkatkan dikarenakan kualitas dari layanan BRI Unit Kletek termasuk didalam kategori yang tinggi. Mestinya peningkatan dari kualitas pelayanan kepada *customer* dikarenakan ini sesuai dengan salah satu dari misi BRI yaitu memberikan suatu pelayanan yang prima terhadap pelanggan atau nasabah lewat jaringan kerja yang tersebar dengan luas serta dibantu dengan sumber daya manusia yang sangat profesional.

Kepuasan *customer* BRI Unit Kletek perlu ditingkatkan serta terus diperhatikan, dikarenakan kepuasan *customer* BRI Unit Kletek tergolong didalam kategori yang tinggi. Hendaknya peningkatan kepuasan pelanggan dikarenakan hal ini sesuai visi dari BRI yaitu menjadi bank komersial yang terkemuka dan tentu memprioritaskan kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka dari itu BRI Unit Kletek perlu memperhatikan secara khusus kualitas dari pelayanan dan kualitas dari produk serta faktor lain yang mempengaruhi kepada kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, L. N., & Setyono, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah PT. BRI (Persero) TBK. Yogyakarta). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 7(2), 123-143.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133-140.
- Ardiyah, W. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan haji terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Demak (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Diapinsa Gema Zakaria., 2017., Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Shopie Martin Melalui Sistem Online Di Surakarta, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 4.
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4).
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition. Pearson Education: Inc.
- Kotler, Philp & Gary Armstrong. (2012). *Principle of Marketing*. 8th Editon. New Jersey: Prentice Hal.
- KURNIASARI, T. P. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Internet Banking Bank BRI di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.

- Pitaloka, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Sangasanga Di Kutai Kartanegara. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 5(3), 781-792.
- Rini, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Septiani, R. (2019). pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung di bank bri syariah kcp ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Timor, T., & Sonia, D. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Corporate Image, dan Corporate Social Responsibility terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah KCP Magelang) (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Tjahjaningsih, Endang dan Soliha. 2015. *Manajemen Pemasaran Tinjauan Teoritis Serta Riset Pemasaran*. Semarang : Universitas Stikubank Semarang.
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran*. Edisi ketujuh. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy., & Chandra, Gregorius. (2011), *Service, Quality and Satisfaction* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy., & Chandra, Gregorius. (2016). *Service, quality and satisfaction* (4th ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Zulian, Yamit. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, Vol. Edisi Pertama, EKONISIA, Yogyakarta