

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT. BANK MANDIRI (PERSERO) CABANG RSCM JAKARTA**

***EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION
AT PT. BANK MANDIRI (PERSERO) BRANCH RSCM JAKARTA***

¹Ugeng Budi Haryoko, ²Muhammad Fajarullah

*^{1,2}Fakultas Manajemen, Universitas Pamulang Tangerang Selatan
email: ^{1*}ugengbudiunpam@gmail.com*

ABSTRACT

The results showed that there was a positive and significant influence on service quality on customer satisfaction at PT. Bank Mandiri Tbk (Persero) Jakarta RSCM Branch. This can be proven from the simple linear regression equation obtained $Y = 20.375 + 0.442X$, meaning that the value (a) or constant equal to 20.375 shows that when service quality (X) is zero or does not increase, then customer satisfaction (Y) will still be worth 20,375 regression coefficient value (b) of 0.442 (positive) which shows the direct effect means that each increase in service quality by one unit will increase customer satisfaction by 0.442 units. Correlation coefficient value of 0.502 means the relationship of service quality with customer satisfaction at PT. Bank Mandiri branch of RSCM Jakarta has a moderate or strong relationship level, the coefficient of determination is 0.252 which means that service quality (X) contributes to the customer satisfaction variable (Y) of 25.2%, while the remaining 74.8% is influenced by other variables not examined in this study. Tcount value of 5.743 > table 1.984 with Sig 0.00 < 0.05. In accordance with the criteria If tcount > ttable, then H0 is rejected and Ha is accepted, meaning that there is a positive and significant impact on service quality on customer satisfaction at PT Bank Mandiri Branch RSCM Jakarta.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk (Persero) Cabang RSCM Jakarta. Hal ini dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana yang didapat $Y = 20,375 + 0,442X$, Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 20,375 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan (X) bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan nasabah (Y) akan tetap bernilai 20,375 koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,442 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,442 satuan. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,502 artinya hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri cabang RSCM Jakarta memiliki tingkat hubungan yang sedang atau cukup kuat, nilai koefisien determinasi sebesar 0,252 yang artinya bahwa kualitas pelayanan (X) memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 25,2%, sedangkan sisanya sebesar 74,8% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai t_{hitung} sebesar 5,743 > t_{tabel} 1,984 dengan Sig 0,00 < 0,05. Sesuai dengan kriteria Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri Cabang RSCM Jakarta.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Agar sebuah bank dapat bertahan dalam industrinya, maka harus dilakukan inovasi terus menerus. Inovasi tersebut diharapkan dapat dieksekusi dan diterima oleh

masyarakat luas. Demikian juga hal tersebut harus dilakukan dalam industri perbankan. Setiap bank selalu melakukan inovasi – inovasi baru baik dalam hal teknologi, pelayanan, dan produk.

PT. Bank Mandiri (Persero) Cabang RSCM Jakarta selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada para nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, namun tetap saja ada keluhan yang muncul dari nasabah. Berikut ini adalah keluhan-keluhan yang dirasakan oleh nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Cabang RSCM Jakarta seperti yang terlihat pada tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1. Data Keluhan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Cabang RSCM Jakarta

No	Keluhan Nasabah	Tahun					
		2015	%	2016	%	2017	%
1	Antrian bertransaksi di teller Cukup memakan waktu yang lama	22	17%	28	18%	34	18%
2	Sulit untuk menghubungi <i>customer service</i> pusat apabila ada permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan	18	14%	25	16%	28	15%
3	<i>customer service</i> kurang ramah dalam melayani nasabah	32	25%	42	26%	47	24%
4	ATM Mandiri sering mengalami <i>crash</i> dan gangguan (<i>offline</i>)	26	21%	32	20%	41	21%
5	Lambatnya waktu penanganan keluhan	28	22%	33	21%	42	22%
Total		126	100%	160	100%	192	100%

Sumber : PT. Bank Mandiri (Persero) Cabang RSCM Jakarta 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa keluhan setiap tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan, pada tahun 2015 jumlah keluhan nasabah sebesar 126 orang, kemudian meningkat menjadi 160 orang sedangkan pada tahun 2017 keluhan nasabah juga meningkat menjadi 192 orang.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas kualitas pelayanan perbankan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Cabang RSCM Jakarta**. Tujuan Penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada PT Bank Mandiri Cabang RSCM Jakarta
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri Cabang RSCM Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri Cabang RSCM Jakarta.

KAJIAN LITERATUR

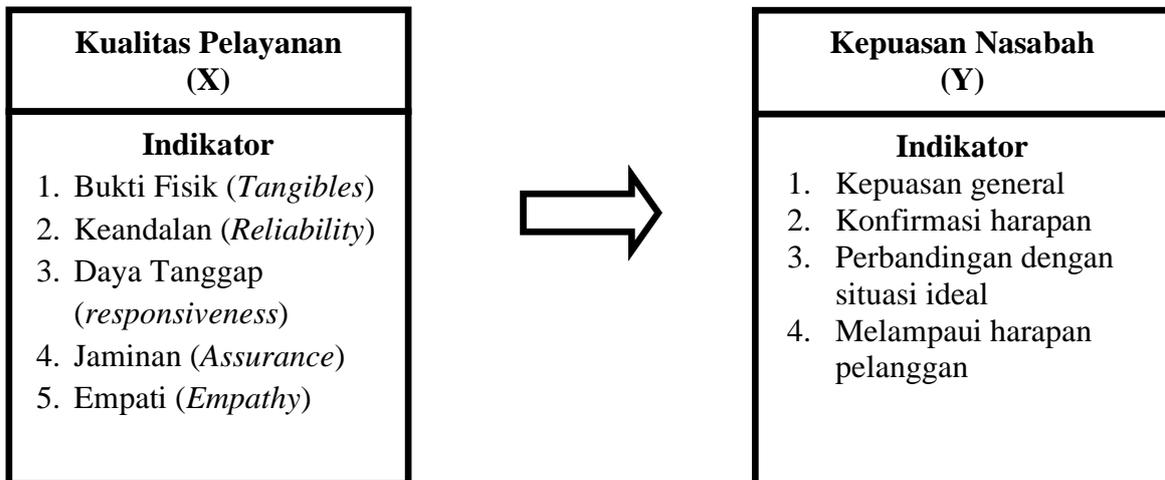
Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:157) mendefinisikan “kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014:146) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Kerangka Berfikir



Gambar 1.1

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian ini Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, uji korelasi *product moment*, Uji t. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Bank Mandiri Cabang RSCM Jakarta berjumlah 155.280 nasabah. Dalam penentuan jumlah sampel tersebut, peneliti menggunakan rumus Slovin, dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 1.2 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,816	0,196	Valid
Pernyataan 2	0,856	0,196	Valid
Pernyataan 3	0,641	0,196	Valid
Pernyataan 4	0,494	0,196	Valid
Pernyataan 5	0,934	0,196	Valid
Pernyataan 6	0,900	0,196	Valid
Pernyataan 7	0,887	0,196	Valid
Pernyataan 8	0,849	0,196	Valid
Pernyataan 9	0,763	0,196	Valid
Pernyataan 10	0,895	0,196	Valid

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai r hitung $>$ r tabel 0,196, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel kualitas pelayanan adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian selanjutnya.

Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Tabel 1.3 Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,592	0,196	Valid
Pernyataan 2	0,942	0,196	Valid
Pernyataan 3	0,647	0,196	Valid
Pernyataan 4	0,635	0,196	Valid
Pernyataan 5	0,951	0,196	Valid
Pernyataan 6	0,925	0,196	Valid
Pernyataan 7	0,941	0,196	Valid
Pernyataan 8	0,899	0,196	Valid
Pernyataan 9	0,391	0,196	Valid
Pernyataan 10	0,452	0,196	Valid

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa keseluruhan nilai r hitung $>$ r tabel 0,196, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item

pernyataan dalam indikator variabel kepuasan nasabah adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 1.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kriteria	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X)	0,921	0,60	Sangat Tinggi
Kepuasan Nasabah (Y)	0,874	0,60	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 24

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, memiliki nilai Cronbach Alpha \geq 0,60. Dengan demikian maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah sangat tinggi. sehingga semua butir pertanyaan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Analisis Deskriptif

Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 1.5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X)

No	Pernyataan	Jawaban					Sampel	Score	Mean	Ket
		SS	S	KS	TS	STS				
		5	4	3	2	1				
Bukti Fisik										
1	Penampilan karyawan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta rapih dan bersih	60	22	7	9	2	100	429	4,29	Sangat Baik
2	PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta memiliki interior dan fasilitas yang lengkap, nyaman, bersih, dan tertata dengan baik	44	33	8	13	2	100	404	4,04	Baik
Rata-rata Skor									4,17	Baik
Keandalan										
3	Karyawan ramah dalam melayani nasabah	35	18	18	5	24	100	335	3,35	Kurang Baik
4	Karyawan mampu memberikan penjelasan yang	32	25	10	9	24	100	332	3,32	Kurang Baik

	mudah dipahami oleh nasabah										
Rata-rata Skor										3,34	Kurang Baik
Daya Tanggap											
5	Para karyawan memberikan tanggapan yang baik atas setiap pertanyaan yang diajukan nasabah	46	36	10	6	2	100	418	4,18	Baik	
6	Teller PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta memberikan pelayanan yang cepat	51	32	10	5	2	100	425	4,25	Sangat Baik	
Rata-rata Skor										4,22	Sangat Baik
Jaminan											
7	PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta selalu bersedia membantu keluhan nasabah	45	26	21	6	2	100	406	4,06	Baik	
8	PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta dapat menjaga kerahasiaan nasabah terkait jumlah tabungan dan nomor rekening yang nasabah miliki agar tidak diketahui orang/pihak lain	57	25	10	6	2	100	429	4,29	Sangat Baik	
Rata-rata Skor										4,18	Baik
Empati											
9	PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta selalu menanyakan kebutuhan nasabah	44	28	11	7	10	100	389	3,89	Baik	
10	PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta mengutamakan kenyamanan nasabah	52	28	11	7	2	100	421	4,21	Sangat Baik	
Rata-rata Skor										4,05	Baik
\sum Mean Score										3,99	Baik

Sumber: data primer diolah berdasarkan responden (2018)

Berdasarkan tabel diatas , tanggapan responden terhadap variable kualitas pelayanan memiliki kategori Baik(3,99), dilihat dari skor tertinggi 4,25 yaitu pada pernyataan” Teller PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta memberikan

pelayanan yang cepat” sedangkan skor yang terendah 3,32 yaitu pada pernyataan “Karyawan mampu memberikan penjelasan yang mudah dipahami oleh nasabah”

Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah

Tabel 1.6 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Jawaban					Sampel	Score	Mean	Ket
		SS	S	KS	TS	STS				
		5	4	3	2	1				
Kepuasan General										
1	Nasabah puas dengan produk yang ditawarkan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta	51	17	10	20	2	100	395	3,95	Baik
2	Nasabah puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta	39	38	17	4	2	100	408	4,08	Baik
3	Nasabah merasa puas dengan keputusan untuk menggunakan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta	41	19	15	23	2	100	374	3,74	Baik
Rata-rata Skor								3,92	Baik	
Konfirmasi Harapan										
4	Saya mengharapkan adanya variasi produk PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta	26	25	27	21	1	100	354	3,54	Baik
5	Pelayanan yang diberikan pihak PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta sesuai dengan harapan nasabah	35	42	17	4	2	100	404	4,04	Baik
6	Saya merasa biaya administrasi produk Tabungan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta relatif murah	35	37	22	4	2	100	399	3,99	Baik
Rata-rata Skor								3,86	Baik	
Perbandingan										
7	Kinerja pelayanan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta secara keseluruhan lebih baik dibandingkan dengan lainnya.	37	40	17	4	2	100	406	4,06	Baik
8	Saya merasa PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta memiliki	37	37	19	4	3	100	401	4,01	Baik

	kredibilitas yang baik										
Rata-rata Skor										4,04	Baik
Melampaui Harapan											
9	Pelayanan yang diberikan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta melebihi dengan harapan nasabah.	25	35	13	4	23	100	335	3,35	Kurang Baik	
10	Pelayanan yang diberikan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah	27	29	13	4	27	100	325	3,25	Kurang Baik	
Rata-rata Skor										3,30	Kurang Baik
Σ Mean Score										3,80	Baik

Sumber: data primer diolah berdasarkan responden (2018)

Berdasarkan tabel diatas , tanggapan responden terhadap variable kepuasan nasabah memiliki kategori Baik (3,80), dilihat dari skor tertinggi 4,08 yaitu pada pernyataan” Nasabah puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta” sedangkan skor yang terendah 3,25 yaitu pada pernyataan “Pelayanan yang diberikan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang RSCM Jakarta cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah”

Analisis Verifikatif

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 1.7 Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	20,375	3,149		6,471	0,000
	Kualitas Pelayanan	0,442	0,077	0,502	5,743	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 24 (2018)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 20,375 + 0,442X$$

Dimana X = Kualitas pelayanan, Y = Kepuasan nasabah

Jika nilai X = 0 akan diperoleh Y = 20,375

Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 20,375 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan (X) bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan nasabah (Y) akan tetap bernilai 20,375 koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,442 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,442 satuan.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 1.8 Correlations

		Kepuasan Nasabah	Kualitas Pelayanan
Pearson Correlation	Kepuasan Nasabah	1,000	,502
	Kualitas Pelayanan	,502	1,000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Nasabah	.	,000
	Kualitas Pelayanan	,000	.
N	Kepuasan Nasabah	100	100
	Kualitas Pelayanan	100	100

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 24 (2018)

Setelah diketahui nilainya maka untuk mengetahui bagaimana kekuatan hubungan keduanya dengan melihat pedoman berikut:

Tabel 1.9. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang (cukup kuat)
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2015:185)

Berdasarkan nilai korelasi yang di dapat maka dapat diketahui bahwa nilai korelasi kualitas pelayanan sebesar **0,502** masuk pada interval **0,40 – 0,599** yang menunjukkan bahwa hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri cabang RSCM Jakarta memiliki tingkat hubungan yang sedang atau cukup kuat.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 1.10. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,502 ^a	0,252	0,244	6,97416

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 24 (2018)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* yaitu sebesar 0,252 yang artinya bahwa kualitas pelayanan (X) memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 25,2%, sedangkan sisanya sebesar 74,8% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

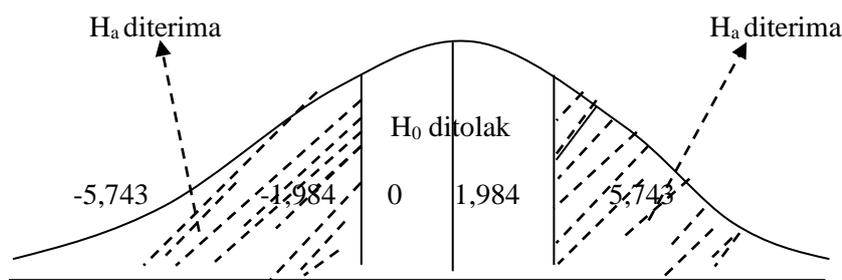
Tabel 1.11. Uji t hitung

Model	t hitung	t tabel	Sig	Keputusan
Kualitas Pelayanan	5,743	1,984	0,000	Signifikan

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 24 (2018)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar $5,743 > t_{tabel}$ 1,984 dengan Sig $0,00 < 0,05$. Sesuai dengan kriteria Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri Cabang RSCM Jakarta.



Gambar 1.2 Kriteria Penentuan dan Penerimaan Hipotesis

KESIMPULAN

1. Berdasarkan variabel kualitas pelayanan berada dalam kriteria baik dengan skor rata-rata pernyataan adalah sebesar 3,99 hal ini menunjukkan bahwa rata-rata skor kualitas pelayanan dari responden termasuk tinggi artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri Tbk (Persero) Cabang RSCM Jakarta sudah sesuai dengan keinginan nasabah.

2. Berdasarkan variabel kepuasan nasabah berada dalam kriteria baik dengan skor rata-rata pernyataan adalah sebesar 3,80 hal ini menunjukkan bahwa rata-rata skor kepuasan nasabah dari responden termasuk tinggi artinya kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk (Persero) Cabang RSCM Jakarta sudah terpenuhi dan sesuai dengan harapan nasabah.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk (Persero) Cabang RSCM Jakarta. Hal ini dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana yang didapat $Y = 20,375 + 0,442X$, Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 20,375 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan (X) bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan nasabah (Y) akan tetap bernilai 20,375 koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,442 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,442 satuan. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,502 artinya hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri cabang RSCM Jakarta memiliki tingkat hubungan yang sedang atau cukup kuat, nilai koefisien determinasi sebesar 0,252 yang artinya bahwa kualitas pelayanan (X) memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 25,2%, sedangkan sisanya sebesar 74,8% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai t_{hitung} sebesar $5,743 > t_{tabel} 1,984$ dengan Sig $0,00 < 0,05$. Sesuai dengan kriteria Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri Cabang RSCM Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Imamul dan Giana Hadi W, 2007. "*Membuka Cakrawala Ekonomi*". PT. Setia Purna, Jakart.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- _____, 2014. "*Manajemen Pemasaran*". Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Becherel, Lionel Vellas Francois. 2018. "*Pemasaran Pariwisata Internasional*". Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Dharmemesta dan Handoko, 2011, *Manajemen Pemasara: Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2006. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*". Cetakan keempat. Badan penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Handoko, 2012, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Penerbit, BPFPE, Yogyakarta.
- Hasibuan, Melayu S.P. 2009. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- _____, 2014, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Husein Umar. “*Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*”. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Istijanto, 2009. “*Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*”, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Marketing Management*. New Jersey: The Millennium Edition, PrenticeHall International Edition.
- _____, 2009. “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- _____, 2012. “*Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*”, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.
- Kotler And Amstrong. 2008 *Principles of Marketing*. Prentice Hall: Person Education, Inc
- _____, 2009, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi. 13 Jilid 1*, PT Indeks Jakarta.
- _____, 2012. “*Prinsip-prinsip Pemasaran*”, Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- _____, 2009. “*Manajemen Pemasaran*”, Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- _____. 2009. *Marketing Management. 14th ed.* New Jersey: Prentice Hall.
- _____. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Lupiyoadi, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Press, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rahmat, dan A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Malhotra, N.K., “*Riset Pemasaran*”, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta, 2009.
- Ma’ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mowen and Miror, 2005, *Perilaku Konsumen*, Erlangga, Jakarta.
- Robbins and Coulter, 2013, *Manajemen*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Raharjani, Jeni. 2005. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja. Dalam *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 2 No. 1 Hal 1-15
- Rangkuti, Freddy. 2009. “*Strategi Promosi yang Kreatif*”, Gramedia. Pustaka Utama. Jakarta.
- Safroni, Ladzi. 2012. *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Surabaya : Aditya Media Publishing.
- Schiffman & Kanuk, 2007, *Perilaku Konsumen*, dialihbahasakan oleh Zulkifli Kasip.
- Sugiyono, 2013 *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.