

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELAYAN NASABAH  
TERHADAP KINERJA BANK PADA BANK MANDIRI  
CABANG PALANGKA RAYA**

**Pamungkur**

**Email : [pamungkur@gmail.com](mailto:pamungkur@gmail.com)**

**STIE Kuala Kapuas**

**ABSTRACT**

In order to promote competition, company should be able to provide its customers with satisfaction, for instance by giving products with better quality, affordable, better service than the competitors. Customers satisfaction or dissatisfaction becomes a national, global, industrial and service company trending topic. Customers satisfaction is considered by goods/service quality customers expect. Therefore, quality assurance is the main priority for every company, particularly now that is perceived as a competition excellence benchmark for company. This study aimed (a) to analyze the conformity between interest level of service components according to customers with the performance done by Bank Mandiri and (b) to analyze customers satisfaction on services provided so as to contribute the performance of Bank Mandiri to achieve good quality improvement by the stipulation of main priority. This study used a Qualitative data method by scoring, in calculation scale. A statement or question requiring alternative response, such as: very satisfied, satisfied, less satisfied, not satisfied at all, respectively with figures given 4 (four), 3 (three), 2 (two), and 1 (one). There are 2 types of data namely qualitative and quantitative data. Quantitative data is classified into discrete/nominal data and continue data. Nominal data are data that can only be classified individually, in discrete or categorical. These data were collected by calculation outcomes, for instance in a class, there are 50 students consisting of 30 males and 20 females. Study results suggested that factors becoming main priority or at Quadrant IV on cartesius diagram that should be performed as customers expectation among others: Teller attention to customers, all employees' integrity in terms of servicing customers, waiting time in ATM queue, the presence of ATM machine, Interest Rate given by bank currently. Since those factors identify factors or attributes considered to have influenced customers service including components perceived crucial, however the management has not performed as customers expect, consequently, it is disappointing/unsatisfying.

Keywords : Services-Satisfactory-Bank Performance

## PENDAHULUAN

Untuk mengenakan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya murah, pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya.

Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan/nasabah menjadi topik yang hangat dibicarakan pada tingkat nasional, internasional, industri dan perusahaan jasa. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Kualitas pelayanan sebuah bank adalah indikator subjektif yang sulit diukur. Karena standar yang berbeda, pelayanan bank-bank asing tertentu berbeda jauh dengan pelayanan di bank-bank pemerintah. Umumnya, masalah pelayanan sebuah bank terkait dengan kualitas sumber daya manusia (SDM) pada bank tersebut. Lebih lanjut, kualitas SDM ini terkait dengan profesionalitas.

Indikator- indikator perbankan yang sederhana yang tidak terlalu sulit untuk dipahami, antara lain indikator pertama adalah total asset, secara sederhana dapat diibaratkan sebagai postur tubuh.

Besarnya NPL ditunjukkan dengan persentase perbandingan kredit bermasalah dengan kredit yang dikururkan bank. Kredit yang diberikan kepada bank kepada nasabah dapat dibedakan menjadi lima kelompok yakni lancar dalam perhatian khusus, kurang lancar, diragukan, dan macet. Empat kelompok kolektibilitas yang terakhir merupakan kredit bermasalah atau *NPL*. Kenaikan *LDR* berarti meningkatnya ekspansi kredit bank tidak

diimbangi dengan pengumpulan dana pihak ketiga, atau dari sisi lain berarti dana pihak ketiga yang dikumpulkan bank menurun.

Indikator-indikator tersebut yang penting diperhatikan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan apakah sudah dilakukan sesuai dengan harapan pelanggannya dalam hal ini adalah nasabah. Alasan debitor memilih bank tidak terlalu jauh berbeda dengan alasan ketika akan menyimpan dana. Disamping suku bunga dan fasilitas, yang tidak kalah penting adalah masalah pelayanan (service).

Faktor ini menjadi sangat penting mengingat kegiatan usaha antara satu bank dengan bank yang lainnya bisa dikatakan hampir sama. Yang membedakan adalah pada segi pelayanannya. Dalam hal ini, meskipun pemasar sudah memiliki segmen pelanggan yang dianggap loyal, pemasar bank tetap perlu memberi perhatian agar tidak terjadi perpindahan produk atau merek. Berdasarkan latar belakang di atas, maka akan diteliti tentang kepuasan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Mandiri kepada para nasabahnya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kesesuaian antara tingkat kepentingan unsur-unsur pelayanan menurut pelanggan/nasabah dengan kinerja yang telah dilakukan oleh Bank Mandiri, dan menganalisa kepuasan dari nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga membantu kinerja Bank Mandiri agar tercapai peningkatan kualitas yang baik melalui penentuan prioritas yang utama.

## **TINJAUAN TEORITIS**

### **1 Pengertian Kepuasan**

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Widyanti R.,2019/2020).

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pelanggan masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan/nasabah, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

## **2. Sistem Untuk Memenuhi Kepuasan Pelanggan**

Berbagai penelitian tentang ketidakpuasan menunjukan bahwa para pelanggan tidak puas pembelian mereka sekitar 25% dari keseluruhan waktu, tapi hanya 5% yang mengeluh. 95% sisanya merasa mengeluh tidak sepadan dengan usahanya atau mereka tidak tahu bagaimana dan kepada siapa harus mengeluh.

Dari 5% pelanggan yang menyampaikan keluhan, hanya sekitar 50% yang melaporkan pemecahan masalah yang memuaskan. Sedangkan, rata-rata seorang pelanggan yang puas memberitahu tentang pengalaman produk yang baik, rata-rata seorang pelanggan yang tidak puas mengeluh kepada 11 orang.

Jika setiap orang dari kesebelas orang itu memberitahu orang lain lagi, jumlah orang yang mendengar keburukan itu dari mulut ke mulut itu akan bertambah secara eksponensial. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan program pemulihan pelayanan dengan cara :

1. Perusahaan mengusahaakan agar pelanggan yang tidak puas mudah menyampaikan keluhan.
2. Karyawan perusahaan yang menerima keluhan dilatih dengan baik dan diberi wewenang untuk memecahkan masalah pelanggan dengan cepat dan memuaskan.
3. Perusahaan harus bergerak lebih dari sekedar memuaskan pelanggan tertentu dan menemukan dan memperbaiki akar penyebab masalah yang sering timbul.

### **3 Mempertinggi Tingkat Kepuasan Melalui *Mass Customization***

Menurut Kotler dan Amstrong (1997), *mass customization* adalah kemampuan untuk menyediakan produk dalam skala massal yang didisain secara individual dan mengkomunikasikan untuk dipertemukan dengan kebutuhan pelanggan. *Mass customization* bisa mempertinggi tingkat kepuasan karena nilai produk bagi pelanggan menjadi lebih tinggi dan harapan terhadap produk relative lebih cepat.

### **4. Definisi Jasa**

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun logam mulia. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka dibutuhkannya suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu, manusia memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan tetap hilang, lebih dapat dirasakan daripada memiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik,

karena pengertian sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dengan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

## 5 Karakteristik Jasa

Menurut Philip Kotler (2007) karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Intangible (tidak berwujud), Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.
2. Inseparability (tidak dapat dipisahkan), Pada umumnya jasa yang diproduksi dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.
3. Variability (bervariasi), Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa itu diberikan.
4. Perishability (tidak tahan lama), Daya tahan jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, atau gambar. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Basuki, 2020)

Data kualitatif yang diangkakan (*skoring*), misalnya terdapat dalam skala pengukuran. Suatu pernyataan atau pertanyaan yang memerlukan alternatif

jawaban, misalnya: sangat puas, puas, kurang puas, atau tidak puas, yang masing-masing diberi bobot angka 4 (empat), 3 (tiga), 2 (dua), dan 1 (satu).

Macam data ada 2 (dua) yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kuantitatif dibagi menjadi dua, yaitu: data diskrit/nominal dan data kontinyu. Data nominal adalah data yang hanya dapat digolong-golongkan secara terpisah, secara diskrit atau kategori.

Data ini diperoleh dari hasil menghitung, misalnya dalam suatu kelas dihitung terdapat 50 mahasiswa, terdiri dari 30 pria dan 20 wanita. Data kontinyu adalah data yang bervariasi menurut tingkatan dan diperoleh dari hasil pengukuran. Data ini dibagi menjadi data ordinal, data interval, dan data ratio. Data ordinal adalah data yang berbentuk ranking atau peringkat, misalnya juara I, II, III, dan seterusnya. Data ini bila dinyatakan dalam skala, maka jarak satu dengan data lainnya tidak sama. Data ini dapat diubah ke dalam interval dan ordinal. Data ini juga dapat dijumlahkan atau dibuat perkalian secara aljabar. Misalnya 2 meter ditambah 3 meter sama dengan 5 meter. Jika dalam data interval penjumlahannya tidak seperti dalam data ratio. Misalnya air 1 gelas dengan suhu  $20^{\circ}\text{C}$  ditambah 1 gelas dengan suhu  $15^{\circ}\text{C}$  maka suhunya tidak menjadi  $35^{\circ}\text{C}$ , tetapi sekitar  $17.5^{\circ}\text{C}$ .

Analisis dimulai dengan menguji validitas terlebih dahulu, selanjutnya menguji reliabilitasnya. Jadi jika sebuah butir tidak valid, maka otomatis butir tersebut dibuang. Butir-butir yang sudah valid kemudian secara bersama-sama diukur reliabilitasnya.

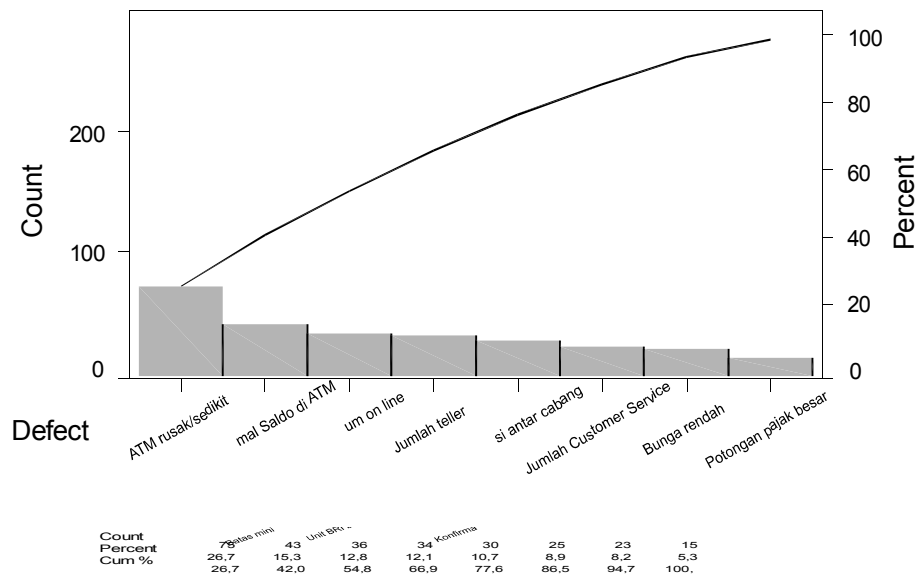
## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Penelitian**

Dalam analisis bentuk pertanyaan terbuka (pertanyaan) dengan menggunakan diagram Pareto. Hal ini berpedoman pada prinsip Pareto yang menyatakan bahwa 80% dari masalah dapat disebabkan oleh 20% dari penyebab.

Gambar 4.1

Diagram Pareto dari butir ketidakpuasan Nasabah



Analisis:

1. ATM rusak/sedikit, Pelayanan ini merupakan pelayanan paling banyak yang dikeluhkan oleh nasabah yaitu sekitar 26,7%. Karena masih sedikit jumlah mesin ATM, belum lagi ada beberapa mesin yang rusak sehingga sering kali mengantri terlalu lama.
2. Batas minimal saldo di ATM, Masyarakat sekarang menuntut sesuatu yang serba cepat dan praktis, sehingga kebanyakan dari mereka menggunakan salah satu fasilitas bank di ATM. Namun dalam pengambilan uang, ada batasan jumlah yang ditentukan oleh pihak bank, sehingga untuk nasabah



- kalangan tertentu mengeluhkan akan hal ini. Ketidakpuasan ini sebanyak 15,3%.
3. Unit Bank Mandiri belum on line, Ada beberapa unit-unit Bank Mandiri yang berada di daerah Kecamatan belum on line, sehingga dalam pengiriman uang yang seharusnya dapat lebih cepat pengirimannya menjadi lebih lama. Keluhan ini sebanyak 12,8%.
  4. Jumlah teller, Pada awal bulan jumlah teller yang tersedia selalu penuh namun pada jam sibuk ada beberapa teller yang kosong sehingga antrian menjadi banyak dan menunggu terlalu lama. Keluhan ini sebanyak 12,1%.
  5. Konfirmasi antar cabang, Pelayanan ini merupakan pelayanan yang dikeluhkan nasabah sekitar 10,7%. Karena lamanya transaksi yang dilakukan oleh pihak bank dalam melakukan konfirmasi terhadap kantor cabang tertentu di mana nasabah bukan anggota dari bank tersebut.
  6. Jumlah *customer service*, Jumlah *customer service* yang tersedia hanya 2 orang saja, terkadang jumlah *customer service* yang tersedia itu hanya satu yang selalu melayani nasabahnya padahal banyak nasabah yang mengantri untuk mendapatkan informasi tentang bank tersebut. Keluhan ini sebanyak 8,9%.
  7. Bunga rendah, Suku bunga yang diberikan bank sangat kecil sehingga mengurangi minat nasabah baru untuk menabung. Keluhan ini sebanyak 8,2%.
  8. Potongan pajak besar, Keluhan potongan pajak yang besar juga mempengaruhi nasabah baru maupun lama untuk menabung. Keluhan ini sebanyak 5,3%.

**Menguji validitas dan reliabilitas**

Tabel 1

Hasil Analisis Kevalidan Dari Faktor-faktor Yang Mempengaruhi  
Kepuasan Nasabah Bank Mandiri

No	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Mandiri	Koefisien Korelasi	Keterangan
<b>A</b>	<b>ASPEK KETANGGAPAN PELAYANAN</b>		
1	Pelayanan transaksi kepada nasabah	0,477	Valid
2	Kecepatan teller melakukan transaksi	0,533	Valid
3	Tanggapan teller kepada nasabah	0,579	Valid
4	Perhatian Teller kepada nasabah	0,592	Valid
5	Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah	0,259	Valid
<b>B</b>	<b>ASPEK KECEPATAN TRANSAKSI</b>		
6	Proses transaksi kepada nasabah	0,484	Valid
7	Waktu menunggu dalam antrian	0,433	Valid
8	Waktu yang diperlukan seluruh transaksi	0,630	Valid
9	Waktu menunggu begitu sampai di loket	0,604	Valid
10	Kesigapan teller melayani nasabah	0,470	Valid
<b>C</b>	<b>ASPEK KEBERADAAN PELAYANAN</b>		
11	Sambutan segenap karyawan kepada nasabah	0,365	Valid
12	Teller memberikan senyum yang ramah	0,197	Tidak Valid
13	Waktu pertemuan Saya dengan pegawai	0,516	Valid
<b>D</b>	<b>ASPEK PROFESIONALISME PELAYANAN</b>		
14	Kesungguhan teller melayani nasabah	0,567	Valid
15	Teller mendengarkan permintaan nasabah	0,467	Valid
16	Waktu yang diperlukan Teller untuk bertransaksi	0,394	Valid
17	Teller tahu bagaimana menangani suatu transaksi	0,560	Valid
18	Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk suatu transaksi yang nasabah minta.	0,495	Valid
19	Kemampuan teller melakukan transaksi	0,436	Valid
<b>E</b>	<b>ASPEK FASILITAS YANG DIBERIKAN</b>		
20	Waktu menunggu di antrian di ATM	0,230	Valid
21	Keberadaan mesin ATM	0,211	Valid
22	Adanya SMS banking Bank Mandiri	0,108	Tidak Valid
<b>No</b>	<b>Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Mandiri</b>	<b>Koefisien Korelasi</b>	<b>Keterangan</b>
23	Program undian berhadiah yang diadakan oleh bank	0,364	Valid
24	Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini	0,426	Valid

Sumber: data primer diolah, 2021

Terlihat dari kelima butir pertanyaan tidak satu butir pun yang nilainya kurang dari 0.205. Jika ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang kembali untuk butir yang valid saja. Karena  $R_{\text{Alpha positif}} = 0,723 > R_{\text{tabel}} = 0.205$ , maka butir tersebut adalah Reliabel. Jadi untuk Aspek Kecepatan transaksi setelah melewati satu putaran, maka kelima butir dari aspek tersebut adalah Valid dan reliabel. Terlihat dari kelima butir pertanyaan tidak satu butir pun yang nilainya kurang dari 0.205. Jika ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang kembali untuk butir yang valid saja. Hasil uji Statistik dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu  $R_{\text{hasil}}$  dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer. Terlihat dari ketiga butir pertanyaan hanya satu butir yang tidak valid, yaitu pada butir ke-12 karena nilai koefisien korelasinya sama dengan  $0,197 < 0,205$  berarti skor butir tersebut tidak valid.

## KESIMPULAN

Pembahasan selanjutnya, butir ke-12 tersebut dibuang kemudian penghitungan diulang kembali untuk butir-butir yang valid saja, semua skor butir valid. Karena  $R_{\text{Alpha positif}} = 0,494 > R_{\text{tabel}} = 0.205$ , maka butir tersebut adalah Reliabel. Dengan demikian setelah melewati dua putaran, maka kedua butir dari aspek keberadaan pelayanan adalah Valid dan Reliabel.

Uji **Statistik** dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu  $R_{\text{hasil}}$  dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer. Terlihat dari keenam butir pertanyaan tidak satu butir pun yang nilainya kurang dari 0.205.

Jika ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang kembali untuk butir yang valid saja. Terlihat dari ketiga butir pertanyaan hanya satu butir yang tidak valid, yaitu pada butir ke-22 karena nilai koefisien korelasinya sama dengan  $0,108 < 0,205$  berarti skor butir tersebut tidak valid. Untuk proses analisis selanjutnya, butir ke-22 tersebut dibuang kemudian penghitungan diulang kembali untuk butir-butir yang valid saja, hingga semua skor butir valid.

Dari uji validitas aspek Ketanggapan Pelayanan, di atas putaran yang kedua tanpa mengikutsertakan butir ke-22, keempat butir tersebut adalah valid. Setelah semua butir valid kemudian melakukan uji reliabilitas aspek Ketanggapan Pelayanan tersebut.

Uji Statisti Karena  $R_{\text{Alpha positif}} = 0.482 > R_{\text{tabel}} = 0.205$ , maka butir tersebut adalah Reliabel. Dengan demikian setelah melewati dua putaran, maka keempat butir dari aspek profesionalisme pelayanan adalah Valid dan Reliabel, Dengan demikian setelah dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas didapatkan bahwa (a) Aspek Ketanggapan Pelayanan dari ke-5 butir pertanyaan, semua adalah valid dan reliabel. (b) Aspek Kecepatan Pelayanan dari ke-5 butir pertanyaan, semuanya adalah valid dan reliabel. (c) Aspek Keberadaan Pelayanan dari ke-3 butir pertanyaan, hanya dua valid dan reliabel. (d) Aspek Profesionalisme Pelayanan dari ke-6 butir pertanyaan, semuanya adalah valid dan reliabel. Aspek Fasilitas yang diberikan oleh bank dari ke-5 butir pertanyaan, hanya empat butir pertanyaan yang valid dan reliabel.

Selanjutnya dapat dilakukan analisis berdasarkan tingkat kesesuaian responden dari butir pertanyaan yang sudah valid dan reliabel. Analisis ini digunakan untuk mengetahui titik mana yang akan diperbaiki berdasarkan tingkat kesesuaian. Semakin kecil tingkat kesesuaian, maka semakin didahulukan dalam perbaikan titik tersebut.

Setelah diketahui kevali dan butir-bitir pertanyaan, maka selanjutnya dapat diketahui butir mana saja yang sebaiknya akan dilakukan perbaikan dan peningkatan berdasarkan gambar diagram kartesius di atas. Untuk itu dapat dilihat tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2  
Hasil Analisis Dari Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat  
Kinerja/Pelaksanaan

Butir Ke	Kinerja	Harapan	Kuadran
1	3,21	3,85	I
2	3,06	3,71	I
3	2,99	3,72	I
4	2,76	3,69	IV
5	2,59	3,69	IV
6	2,86	3,61	I
7	2,47	3,40	IV
8	2,73	3,34	III
9	2,65	3,29	III
10	2,91	3,51	I
11	2,66	3,30	III
13	2,73	2,94	III
14	3,28	3,66	I
15	3,20	3,72	I
16	2,80	3,37	III
17	3,09	3,61	I
18	3,03	3,10	II
19	3,31	3,59	I
20	2,65	3,20	III
21	2,39	3,71	IV
23	2,52	3,23	III
24	2,37	3,42	IV
<b>Rata-rata</b>	<b>2,83</b>	<b>3,48</b>	

1. Faktor-faktor yang terdapat pada Kuadran I merupakan faktor-faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya, karena sudah sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Kuadran II merupakan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh pihak bank, namun dinilai kurang penting oleh nasabah, sehingga terkesan berlebihan.

Faktor-faktor tersebut antara lain, Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk transaksi yang nasabah minta dengan tingkat kesesuaian 97,74%.

3. Kuadran III merupakan faktor-faktor yang dinilai kurang penting oleh nasabah, akan tetapi telah dilakukan dengan cukup oleh pihak bank.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, 2020, *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*, Penerbit Media Sains Indonesia, Bandung.
- Kotler Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta. Kolter Philip dan Amstrong Garya, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, PT.Prenhallindo, Jakarta.
- Novel Muhamad, AM, **2021**, *Menggali Potensi Diri Meningkatkan Kepuasan Nasabah*, Warta Bank Mandiri Nomor 1, April 2021.
- Sejoseno Aji Haryo R, 2019, *Analisis Sikap Konumen Terhadap keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Cabang Sleman*, Tesis tidak dipublikasikan, Yogyakarta.
- Santoso, S., 2000, *SPSS Statistik Parametrik*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Supranto, J., 1997, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Supranto, J., 1992, *Teknik Sampling Untuk Survei dan Eksperimen*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Sulistiono, Puji, ,2021, *Indikator Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Pemenuhan Elemen-elemen ISO 9001:2000*, Tesis, Yogyakarta.
- Usmara.A, 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Amara Books, Yogyakarta.
- Widyanti, Rahmi, 2019/2020, *Perilaku Organisasi: Teori dan Konsep*, Penerbit Media Sains Indonesia, Bandung.

