



Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Duren Tiga Jakarta

¹Faras Zulina Ayunani, ²Nanda Syafira Ardini

¹²Program Studi Manajemen, Universitas Mitra Bangsa, Jakarta Selatan

E-mail: faras.ayunani@umiba.ac.id, nandasyafirard@gmail.com

ABSTRACK

Service quality in the sense of providing services in the world of banking that are of good quality and carried out professionally on the one hand, and the development of a very dynamic society, an increasingly good level of community life. customer satisfaction is a condition where the needs, desires and expectations of customers for a product and service are appropriate or well met. The purpose of this study was to determine the magnitude of the influence of the Banking Service Quality variable on Customer Satisfaction at Bank BNI Duren Tiga Jakarta Sub-Branch Office.

The sampling technique used in this study the author used Random Sampling technique or by randomizing all employees as a population of 162 and sampled using the Slovin formula in Husein Umar, 2017 obtained only 62 samples.

Based on the results of the regression analysis that it turns out that the variable quality of mobile banking services can significantly increase customer satisfaction, the value of the equation $Y = 7.298 + 0.777 X$ is obtained, there is a positive influence on customer satisfaction, it is necessary to prove it with the hypothesis test proposed in the previous chapter, the tcount value is obtained = 12.183 > ttable value at (60) of = 1.671, then Ho is rejected and Ha is accepted, which means it has evidence that the quality of mobile banking services on customer satisfaction has a very significant effect. Based on the results of the analysis, there is a positive influence on the quality of mobile tire services.

Keyword: Service Quality, Mobile Banking, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Kualitas pelayanan dalam arti pemberian layanan pada dunia perbankan yang berkualitas baik dan dilakukan profesional pada satu sisi, dan perkembangan masyarakat yang sangat dinamis, tingkat kehidupan masyarakat yang semakin baik. kepuasan nasabah adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan baik. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Duren Tiga Jakarta.

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *Random Sampling* atau dengan cara acak seluruh karyawan merupakan populasi ada 162 dan dijadikan sampel dengan menggunakan rumus Slovin dalam Husein Umar, 2017 diperoleh hanya 62 orang sampel.

Berdasarkan hasil analisa regresi bahwa ternyata variabel kualitas pelayanan mobile banking dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara nyata diperoleh nilai persamaan $Y = 7,298 + 0,777 X$, ada pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah diperlukan pembuktian dengan uji hipotesis yang di ajukan pada bab sebelumnya diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $= 12,183 >$ nilai t_{tabel} pada (60) sebesar $= 1,671$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti mempunyai bukti, bahwa kualitas pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah terdapat pengaruh yang sangat signifikan. Berdasarkan hasil analisa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai sebesar 0,844 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruhnya sangat kuat atau nilai Koefisien Determinasinya (KD) sebesar : 71,2%. Jadi tingkat pengaruh sebesar 71,2% dan sisanya sebesar 28,8% dipengaruhi faktor-faktor yang lainnya seperti pelatihan, profesionalisme dalam bekerja, kemampuan atau kualitas kerja, disiplin kerja dan lain sebaianya yang tidak diamati secara keseluruhan oleh penulis.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan ,Mobile Banking, Kepuasan Nasabah*

PENDAHULUAN

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu pendekatan yang strategis terhadap keterampilan, motivasi, pengembangan dan manajemen pengorganisasian sumber daya. Manajemen sumber daya manusia diciptakan untuk membentuk kultur perusahaan yang layak, dan memasukkan program-program yang menggambarkan dan mendukung nilai-nilai pokok dari perusahaan tersebut dan memastikan keberhasilannya. Manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah suatu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang aktivitas organisasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat berharga, maka perusahaan bertanggung jawab untuk memelihara kualitas kehidupan kerja dan membina tenaga kerja agar bersedia memberikan kontribusinya secara optimal untuk mencapai tujuan perusahaan.

Perbankan merupakan lembaga yang sangat penting bagi sistem perekonomian suatu negara dan sebagai alat pelaksanaan kebijakan moneter yang dilakukan oleh Bank Sentral. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Saat ini bank tidak hanya memberikan pelayanan transaksi secara konvensional saja. Perbankan terus melakukan inovasi melalui teknologi yang dikembangkan dalam rangka efisiensi kinerja perusahaan. Bank juga menawarkan gaya hidup modern melalui kemudahan akses jasa perbankan melalui pelayanan *electronic banking* seperti *mobile banking*, dan *internet banking* yang dapat diakses melalui *smartphone* pribadi yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat pelanggan dengan sistem bank. Fenomena ini mengindikasikan bahwa transaksi *mobile banking* menjadi andalan dalam bertransaksi sebagian besar masyarakat saat ini.

Pada saat ini Industri perbankan adalah industri yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat. Layanan *self service* biasanya digunakan oleh nasabah untuk melakukan aktivitas seperti mengirim uang/transfer uang, melihat saldo, pembayaran kartu kredit, pembayaran telepon, dan lain-lain. Layanan *mobile banking* adalah salah satu layanan transaksi perbankan yang menggunakan teknologi internet dan bisa difungsikan di *media mobile* dan bisa dilakukan dimanapun dengan akses 24 jam. Berdasarkan data dari *Top Brand Award* tahun 2018 *mobile banking* BNI memiliki jumlah persentase sebesar 11.4%. Rata-rata pengguna *mobile banking* Bank BNI kebanyakan pada rentang usia 20-30 tahun dengan presentase 87,9%. dilihat dari perbandingan universitas negeri dan universitas swasta yang ada di Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui harapan dan persepsi terhadap *mobile banking* BNI, dan untuk membenahi aplikasi *mobile banking* BNI secara keseluruhan.

Kepuasan pelanggan menurut Setiawan (2016) adalah tingkat perasaan pelanggan akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan

dengan harapan mereka. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan penilaian. Ketika suatu perusahaan mampu menciptakan kepuasan terhadap pelanggannya maka perusahaan akan mendapatkan pembelian produk maupun penggunaan jasa yang berulang oleh pelanggannya serta pelanggan akan menjadi loyal terhadap perusahaan

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mendorong kearah peningkatan loyalitas nasabah, kualitas layanan memiliki hubungan yang positif dengan loyalitas nasabah, kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan nasabah yang tinggi pula. Sebaliknya ketidakpuasan atas kualitas pelayanan dapat dijadikan alasan nasabah untuk berpindah sehingga pada dasarnya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia pelayanan dalam memenuhi kepuasan nasabahnya secara konsisten.

Menurut Kotler Philip dan Keller (2016:143) mengemukakan pengertian kualitas pelayanan bahwa :

“Service quality can be defined as focusing on meeting needs and requirements, as well as on timeliness to meet customer expectations. Service Quality applies to all types of services provided by the company while the client is at the company. (Artinya : Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan)”

Jenis-Jenis Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan ini ada dua jenis yakni layanan pembayaran (*Mobile Banking payment*) perbankan dan non perbankan. Layanan pembayaran Mobile Banking perbankan (*e-banking*) sendiri meliputi layanan *mobile banking, sms banking, dan juga internet banking*. Sedangkan layanan pembayaran *Mobile Banking non perbankan (e-wallet)* ini meliputi ShopeePay, OVO, GoPay, dan juga Dana. Menurut Iradianty dan Aditya (2020:51) layanan pembayaran Mobile Banking atau layanan pembayaran Mobile Banking merupakan layanan yang memungkinkan seseorang untuk melakukan pembayaran dengan berbagai macam transaksi, memeriksa jumlah saldo, dan melakukan pengiriman dana secara instan yang tidak hanya berasal dari perbankan tetapi juga dari perusahaan penyedia jasa pembayaran lainnya

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Faktor-faktor yang memengaruhi Kualitas Pelayanan menurut Kasmir (2017:6-7) diantaranya adalah:

1. Jumlah tenaga kerja; banyaknya tenaga kerja yang ada dalam suatu perusahaan.
2. Kualitas tenaga kerja; meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja.
3. Motivasi karyawan; suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan.
4. Kepemimpinan; proses mempengaruhi individu, biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan supaya dapat bertindak sesuai dengan kehendak atasan demi tercapainya tujuan perusahaan.
5. Budaya organisasi; sebuah sistem dalam suatu perusahaan yang dianut oleh semua anggota organisasi dan menjadi pembeda antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain.
6. Kesejahteraan karyawan; pemenuhan kebutuhan-kebutuhan karyawan oleh suatu perusahaan.
7. Lingkungan kerja dan faktor lainnya meliputi sarana dan prasarana yang digunakan, teknologi, lay out gedung dan ruangan, kualitas produk dan lain sebagainya.

Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Dimensi dan Indikator kualitas Pelayanan menurut Fandi Tjiptono dan Chandra (2018:62) terdiri dari tujuh dimensi diantaranya yaitu:

1. Efisiensi
Efisiensi dalam kualitas layanan Mobile Banking berarti kemampuan nasabah atau nasabah dalam mengakses website atau aplikasi layanan secara mudah.
2. Reliabilitas
Reliabilitas dalam kualitas layanan Mobile Banking yakni sejauh mana situs atau aplikasi tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.
3. *Fulfillment*
Fulfillment dalam kualitas layanan Mobile Banking yakni akurasi atau seberapa akurat suatu layanan Mobile Banking itu sesuai dengan waktu transaksi.
4. Privasi
Privasi dalam kualitas layanan Mobile Banking yakni jaminan yang diberikan kepada nasabah atau nasabah atas keamanan data pribadi yang tidak akan diberitahukan kepada orang lain.
5. Daya tanggap
Daya tanggap dalam kualitas layanan Mobile Banking yakni kemampuan menangani permasalahan yang akan terjadi kepada nasabah yang berkaitan tentang sistem layanan aplikasi layanan Mobile Banking.
6. Kompensasi
Kompensasi dalam kualitas layanan Mobile Banking yakni biaya administrasi atau biaya penanganan atas kualitas yang didapatkan nasabah atau nasabah dalam memudahkan berbagai macam transaksi.
7. Kontak
Kontak dalam kualitas layanan Mobile Banking yakni kebutuhan nasabah atau nasabah untuk berbicara dengan staff layanan secara online atau telepon.

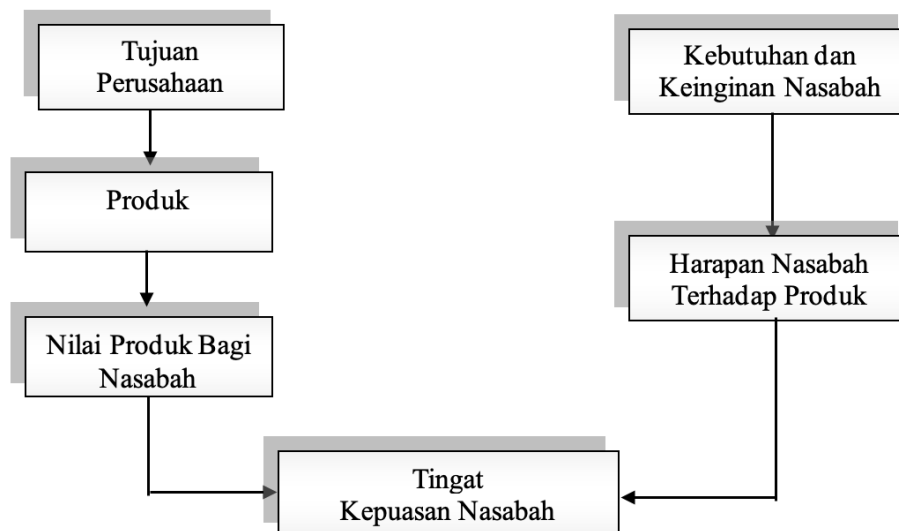
Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil. Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan nasabah berdasarkan persepektifnya masing-masing meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan nasabah, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan nasabah. Pada dasarnya, kepuasan nasabah itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan nasabah dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dibelinya. Menurut Kotler Philip dalam Freddy Rangkuti (2015:23) mengemukakan definisi kepuasan nasabah bahwa :

”...a person’s feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s received performace (or autcome) in relations ti the persons’s expectation. Artinya Perasaan senang arau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang rasakan dan yang dihasilkan”.

Menurut Danang Sunyoto (2015:140). mengemukakan definisi kepuasan nasabah bahwa :
“Kepuasan nasabah merupakan salah satu alasan dimana nasabah memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila nasabah merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut”.

Konsep Kepuasan Nasabah



Dimensi dan Indikator Kepuasan Nasabah

Untuk mengukur kepuasan Nasabah, terutama untuk industri jasa alat ukur yang cukup banyak digunakan adalah *SERQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam O'Bearden Et, al.. Ada empat dimensi yang dapat dilihat dalam menilai kepuasan menurut Hans, (2017:16) yaitu :

1. *Tangible*, tampilan dari fasilitas fisik, penampilan karyawan dan perlengkapan yang disediakan. Dimensi tangible menjadi penting karena suatu pelayanan tidak bisa dilihat kasat mata,
2. *Reliability*, mencakup 2 hal pokok, yaitu konsisten kerja (*Performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*).
3. *Responsiveness*, keinginan perusahaan untuk membantu Nasabah dan memberikan pelayanan dengan pelayanan yang responsif sangat dipengaruhi oleh pelayanan staf front-line seperti *customer service, teller*, satpam dan sebagainya.
4. *Empathy*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemampuan memahami kebutuhan Nasabah. Perhatian khusus perusahaan kepada Nasabah akan meningkatkan rasa puas Nasabah akan pelayanan organisasi.

Kepuasan nasabah adalah konsep penting dalam rangka meningkatkan pelayanan dan penelitian nasabah. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika Nasabah merasa puas dengan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Lupiyoadi yang dikutip Nina Indah Febriyana (2016:76), terdapat 4 (empat) faktor utama harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan, antara lain sebagai berikut.

1. Kualitas Produk
Hasil evaluasi yang menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas akan membuat pelanggan merasa puas.
2. Kualitas Pelayanan
Dibidang jasa pada kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai pada yang diharapkan.
3. Emosional
Pelanggan akan merasa senang dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia jika menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga dan Biaya

Harga yang sesuai dengan nilai atau manfaat yang diterima pelanggan akan memberikan kepuasan. Harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan metode kuantitatif bertujuan untuk membuat suatu uraian secara sistematis mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat dari objek yang diteliti kemudian menggabungkan antara variabel yang terlibat didalamnya. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan Desember 2023.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini di jabarkan ke dalam dimensi dan indikator-indikatornya. Dari dimensi dan indikator-indikator dapat disusun suatu pertanyaan sehingga dengan kuantitatif yang didapat dalam penelitian selanjutnya digunakan sebagai bahan analisis statistik.

Jumlah populasi pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Duren Tiga Jakarta selama sebulan terakhir berjumlah 162 orang nasabah.

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *Random Sampling* atau secara acak.

Teknik Pengambilan Sampel

yang dipakai dalam penentuan besarnya sampel dapat digunakan model rumus Slovin dan sampel yang diambil dalam penelitian adalah sebanyak 62 orang nasabah sebagai sampel.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan Penelitian Lapangan dan Penelitian Kepustakaan.

Uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Normalitas, Analisis Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Sederhana, dan Uji Siginifikansi.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Berikut ini data jumlah Pegawai pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Duren Tiga Jakarta berdasarkan tingkat pendidikan pada tahun 2023 adalah:

Data Pegawai Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	SMA/Sederajat	1	25,00%
2	D3	2	50,00%
3	S1	1	25,00%
Jumlah		4	100,00%

Sumber : Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Duren Tiga Jakarta, 2023

Analisis Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.844 ^a	.712	.707	5.16870	1.972

Dari perhitungan koefisien korelasi pada tabel 4.30 nilai koefisien korelasi (R) antara variabel independen Kualitas Pelayanan Mobile Banking (X) terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh nilai sebesar 0,844 ada pengaruh sangat kuat dan R *Square* sebesar 0,712 atau 71,2%. Karena nilainya tersebut hampir mendekati 1, maka antara variabel Kualitas Pelayanan Mobile Banking (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) mempunyai pengaruh positif.

Koefisien Determinasi dari penelitian ini menggunakan rumus $KD = r^2 \times 100\%$. Dimana r adalah nilai hasil analisis koefisien korelasi sebesar 0,837. Hasil perhitungan selanjutnya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,712 \times 100\% \\ &= 71,2\%. \end{aligned}$$

Dengan hasil tersebut diatas dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Mobile Banking (X) mempunyai pengaruh sebesar 71,2% terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dan sisanya 28,8% disebabkan oleh faktor-faktor yang lainnya. Berdasarkan tabel 4.31 diperoleh nilai R Square sebesar 0,712 atau 71,2% artinya tingkat pengaruhnya sangat kuat.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.298	2.369		5.191	.000
	Kualitas Pelayanan Mobile Banking (X)	.777	.064	.844	12.183	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil analisa regresi linear sederhana diperoleh nilai persamaan regresi linear bergandanya sebagai berikut : $Y = 7,298 + 0,777 X$

Dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta intersep sebesar 7,298 menyatakan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan Mobile Banking (X), adalah nol meningkat 1 satuan, maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 7,298.
- Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan Mobile Banking (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 0,777. Hal ini berarti jika Kualitas Pelayanan Mobile Banking (X) meningkat 1 satuan maka Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,777 dengan asumsi Kualitas Pelayanan Mobile Banking (X) dianggap konstan.

Hasil uji t

Variabel	Nilai	Standard Error	t_{hitung}	t_{tabel}
Kualitas Pelayanan Mobile Banking (X)	0,777	0,064	12,183	1,671

Berdasarkan hasil uji t tersebut di atas, terbukti bahwa variabel Kualitas Pelayanan Mobile Banking (X) secara nyata mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada tarap nyata. Karena nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh signifikan. Dengan melihat tabel 4.33 diperoleh tingkat signifikansi dan t_{hitung} sebesar $12,183 > 1,671$ maka tingkat pengaruhnya signifikan H_0 ditolak dan H_a di terima dimana membuktikan bahwa antara Kualitas Pelayanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah terdapat pengaruh yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Archand dalam Chandra, *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan*, Badan Penebit Andi, Yogyakarta 2015.
- Arikunto, Suharsimi, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*”, Cetakan Kedua, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2017.
- A.S., Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Badan Penerbit Bumi Aksara, Jakarta: 2015.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran. Jakarta: RajaGrafindo Persada. Direktorat Tenaga Kependidikan Dirjen Peningkatan Mutu Pendidikan dan Tenaga Kerja Kependidikan Depdiknas (2008). Penulisan Modul. Depdiknas. Jakarta. 2017.*
- Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran. Center for Academic Publishing Service (CAPS). Yogyakarta 2015.*
- Dwiastuti Rini., *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*. Badan Penebit UB Press. Malang: 2017.
- Etta Mamang Sangadji, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*”, Alih Bahasa Jaka Wasana, Badan Penerbit PT. Gelora Antara Pratama, Jakarta. 2018.
- Fandy. Tjiptono, *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. Badan Penebit J & J Learning. Yogyakarta. 2017.
- Fandy Tjiptono dan Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, Badan Penebit Andi, Yogyakarta 2018
- Febriana, Nina Indah, *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung*. Jurnal An-Nisbah, (Tulungagung) No. 01 Vo. 03. 2016.
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT*. Badan Penebit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2015
- Hadari, Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Penerbit Gajah Mada Universitas Press, Yogyakarta, 2016.
- Handi Irawan. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Badan Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta. 2017.
- Hadi Sutrisno, *Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*, Badan Penerbit Rineka Cipta, Jakarta. 2015.
- Harries Madiistriyatno, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Badan Penerbit, Indigo Media, Kota Tangerang. 2021.
- Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, Badan Penerbit Rajawali Pers. Jakarta 2017.
- Ibnu Hadjar, *Dasar-Dasar metodologi penelitian kuantitatif dalam pendidikan*, OG Mandino’s, University Of Success. 2015.
- J. Supranto, “*Analisis Multi Variat Arti Dan Prestasi*. Badan Penerbit Rineka Cipta, Jakarta. 2015.
- Kasmir, *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Badan Penerbit PT Raja Grafindo Persada: Jakarta. 2017.
- Kotler, Philip, “*Marketing Insight From A to Z*”, Badan Penerbit PT. Gelora Aksara Pratama Erlangga Jakarta. 2015.
- Kotler, Philip Dan Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Badan Penerbit. Erlangga. Jakarta: 2017.
- Kotler dan Keller, “*Marketing Insight From A to Z*”, Badan Penerbit PT. Gelora Aksara Pratama Erlangga Jakarta. 2016.

- Kotler dan Amstrong dalam Priansa, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*”, Alih Bahasa Jaka Wasana, Edisi IV, PT. Gelora Antara Pratama, Jakarta, 2017.
- Kotler dan Keller dalam Sudarso *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Badan Penerbit Prehallindo, Jakarta, 2016.
- Kotler dalam Yuniati dan Tri, *Bauran Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 2, Erlangga, Jakarta. 2017. Badan Penerbit
- Kumar, H., Singh, M. K., Gupta, M. P., & Madaan, J. (2020). *Moving towards smart cities: Solutions that lead to the Smart City Transformation Framework*. *Technological Forecasting and Social Change*, 153(October 2017), 1–16.
- Moenir, A.S., *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Badan Penerbit Bumi Aksara, Jakarta: 2015.
- Mulia Nasution, *Pengaruh Kemampuan, Disiplin, dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kabupaten Mandailing Natal*. Universitas Terbuka 2015.
- Nina Indah Febriana, “*Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*”, An Nisbah, Vol.03, No.1, 2016
- Panjaitan, M. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 1-5. 2018.
- Parasurahman, Zeithaml dan Moholtra, *Pelayanan Nasabah yang Sempurna*, Badan Penerbit Kunci Ilmu, Yogyakarta. 2016.
- Parasuraman dkk, “E-S-QUAL:A Multiple-Item Scale for Assessing Elektronik Service Quality”, *Journal of Service Research* 7, no. 3 (2016), 213- 233.
- Santoso, Singih, *SPSS Versi 28 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo. 2016.
- Sonny Harsono, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Badan Penerbit ALFABETA. Bandung. 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Badan Penerbit, CV. Alfabeta, Bandung. 2018.
- Sujana, Nana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, Penerbit Sinar Baru Algensindo, Jakarta. 2015.
- Suparyanto & Rosad, *Manajemen Pelayanan*, Badan Penerbit Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2015.
- Vincent Gaspersz, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Badan Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2017
- Wijaya, *Statistika Non Parametrik (Aplikasi Program SPSS)*, Cetakan Ketiga, Penerbit Alfabeta, Bandung. 2017,
- William J. Stanton yang dikutip oleh Danang Sunyoto, *Manajemen Kualitas Pelayanan Mobile BankingJasa: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*, Badan Penerbit PT. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 2015.