
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE* (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) POLEWALI MANDAR KECAMATAN WONOMULYO

Muhammad Muzani Zulmaizar & Abd Rahman

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Al Asyariah Mandar

rahmahheksyar@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang bagaimana mengetahui kualitas pelayanan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar, Kecamatan Wonomulyo dan Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar, Kecamatan Wonomulyo. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Adapun sumber data dari penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) polewali mandar, Kecamatan Wonomulyo. selanjutnya metode pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, angket. kepustakaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *Automatic Teller Machine* (ATM) sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah berdasarkan angket yang diisi oleh nasabah Bank Mandiri berjumlah 60 nasabah dari populasi 600 nasabah, dalam melakukan transaksi menggunakan layanan mesin ATM untuk penarikan tunai dalam jumlah tertentu, ganti PIN, pembayaran, informasi saldo dan trasfer pada Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Polewali Mandar, Kecamatan Wonomulyo. Metode sampel yang digunakan adalah metode *Purposive sampling* yaitu 10% dari jumlah populasi Implikasi pada penelitian ini adalah 1. Bagi Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Wonomulyo meningkatkan kualitas layanan segala transaksi khususnya pada mesin ATM. Agar mempermudah nasabah dalam melakukan segala jenis transaksi pelayanan ATM yang kurang memadai. Dan memperbanyak adanya mesin ATM pada tempat-tempat umum yang banyak dikunjungi oleh nasabah. 2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Wonomulyo.

I. Pendahuluan

Era globalisasi persaingan bisnis menjadi semakin sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional. Perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. Salah satu yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang di tawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.¹ Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik dan dianggap bertele-tele sehingga masalah tersebut harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainya agar dapat merubah citra buruk tersebut menjadi lebih baik. Bahwa yang sering terjadi karena ketidaksesuain suatu keadaan dengan apa yang diinginkan. Begitu juga halnya dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi yang semakin maju membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk lebih mudah untuk ditiru. Untuk itulah, pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar dapat memberikan pelayanan yang prima dan kualitas sesuai yang diinginkan serta diharapkan oleh para nasabahnya agar dapat membuat nasabah merasa puas.

Salah satu cara untuk menciptakan kepuasan nasabah melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas nasabah. Persoalan kualitas sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Saat ini hampir semua perusahaan, terlebih perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas pelayanan yang sama dengan diterapkannya ISO 9001.²

Menurut Parasuraman, et al, Kualitas pelayanan mengidentifikasi upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka terima atau mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Menurut Parasuraman dan Zeithaml mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dalam kualitas pelayanan ada beberapa dimensi, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsive* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati). Fasilitas ATM yang tersebar diseluruh Indonesia, yang memudahkan nasabah dalam mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi ruang dan waktu.³

Demikian pula dengan bisnis perbankan, yang merupakan bisnis berdasarkan asaz kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan ini. Karena berhasil atau tidaknya suatu bisnis perbankan bergantung pada kepuasan nasabahnya. Jika nilai dalam perbankan bagi nasabah adalah kemudahan bertransaksi, maka kepuasan nasabah

¹ Febrina Rosinta, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, (Bandung: ALFABETA, 2012). h. 114.

² Rampat Lupiyoadi, A, Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salamba Empat 2008), h. 168.

³ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta Graha Ilmu, 2010). h.5

akan di dapat pada bank yang mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi finansial yang dilakukan.

Automatic Teller Machine (ATM) telah menjadi alat pembayaran, kartu ATM mencatat transaksi paling tinggi. Pada saat pertama kali diperkenalkan pada tahun 1987 oleh Bank Niaga, fungsi ATM hanya sebatas penarikan tunai. Tapi kini, fungsi ATM telah mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran. Melalui ATM nasabah dapat membayar listrik, pajak bumi dan bangunan, telepon, pulsa handphone, pembelian barang dengan angsuran, dan berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Meningkatnya jumlah pengguna ATM disebabkan oleh banyaknya jumlah ATM dan banyaknya perbankan yang bergabung dalam jaringan ATM. Tren teknologi perbankan masih menjadikan ATM sebagai strategi utama dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini dilakukan tidak saja untuk mendapatkan *fee-based income* (penerimaan bank yang berasal dari jasa bank), tetapi juga memperluas jaringan. Bergabung bank-bank dalam jaringan ATM dapat menciptakan sistem pembayaran secara nasional karena pada saat ini bank dapat melakukan transaksi antar bank dengan waktu yang tidak terbatas. Manfaat yang diperoleh dengan adanya jaringan tersebut adalah peningkatan *cost productivity*, sehingga *cost transaction* menjadi lebih mudah dan efisien secara nasional. Manfaat lainnya adalah mengurangi lalu lintas *kliring* di Bank Indonesia.⁴

Diwaktu kerja yang sibuk, untuk melakukan transaksi perbankan, terutama pengambilan uang secara tunai, pasti akan terjadi antrian. Hal ini menjadikan permasalahan bagi nasabah yang menggunakan jasa perbankan, apalagi di zaman modern ini kemajuan teknologi dibidang elektronika telah banyak memberi manfaat baik bagi masyarakat pada umumnya maupun kalangan perbankan pada khususnya. Layanan jasa perbankan yang cepat dan praktis sangat dibutuhkan sehingga pelayanan dengan sistem tradisional yang memerlukan antrian panjang sudah tidak sesuai.⁵

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan ada dua hal pokok yang saling berkaitan yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Nasabah selalu menilai layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan. Kepuasan nasabah harus disertai dengan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Sedangkan loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam suatu proses layanan

⁴ Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Bukan Bank*, (Jakarta : PT. Indeks, 2009). h.257.

⁵ Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011).h.284.

perbankan. Konsep ini menyiratkan bahwa kepuasan nasabah saja tidaklah cukup, karena puas atau tidak puas hanyalah satu bentuk emosi. Disamping itu loyalitas nasabah juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab sikap loyal akan timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan perbankan yang diterimanya.⁶

Pada Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Polewali Mandar, Kecamatan Wonomulyo, Provinsi Sulawesi Barat terdapat tiga mesin ATM untuk nasabah melakukan transaksi penarikan tunai atau transaksi yang lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Polewali Mandar.**

II. Tinjauan Teoritis

A. Pengertian Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.”⁷ Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada di sekitarnya.⁸

Pengaruh dibagi menjadi dua, ada yang positif, ada pula yang negatif. Bila seseorang memberi pengaruh positif kepada masyarakat, ia bisa mengajak mereka untuk menuruti apa yang ia inginkan. Namun bila pengaruh seseorang kepada masyarakat adalah negatif, maka masyarakat justru akan menjauhi dan tidak lagi menghargainya.⁹

B. Kualitas Pelayanan

1. Kualitas Pelayanan

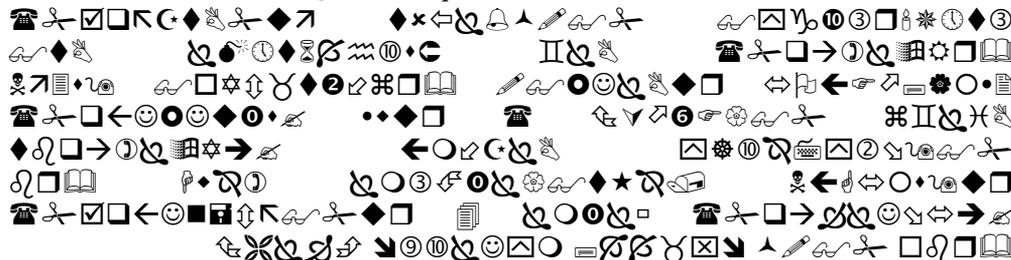
⁶ Rahmat Hidayat “Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. (Bandung: Graha Ilmu, 2011), h. 59.

⁷ Hasan Alwi, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005), h. 849.

⁸ Yosi Abdian Tindaon, *Pengertian Pengaruh*, <http://yosiabdiantindaon.blogspot.co.id/2012/11/pengertian-pengaruh.html>, diakses pada 21 Januari 2019 pukul 14.30

⁹ Duniapelajar.com, *Pengertian Pengaruh Menurut Para Ahli*, <http://www.duniapelajar.com/2014/08/07/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli/>, diakses pada 21 Januari 2019 pukul 15.00

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam firman Allah swt, Q.S. Al-Baqarah/2: 267.¹⁰



Terjemahnya :

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.¹¹

Menurut M.Quraish Shihab dalam bukunya tafsir Al-Misbah. Maksud dari ayat ini adalah, hai orang-orang beriman, berinfaqlah dari hasil kerja kalian yang baik-baik dan hasil bumi yang kalian dapatkan seperti pertanian, tambang dan sebagainya. Janganlah kalian sengaja berinfaq dengan yang buruk-buruk. Padahal kalian sendiri, kalau diberikan yang buruk seperti itu, akan mengambilnya dengan memicingkan mata seakan tidak ingin memandang keburukannya. Ketahuilah Allah tidak membutuhkan sedekah kalian. Dia berhak untuk dipuji karena kemanfaatan dan kebaikan yang telah ditunjuki-Nya.¹²

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan,¹³ definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan.¹⁴ Kata pelayanan secara etimologis dalam kamus besar bahasa indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”

¹⁰ Ridwan Aldursanie, *Kualitas Pelayanan Dalam Islam*, <http://Ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>, diakses pada 1 juni 2019.

¹¹ Al Quran Surat Al Baqarah ayat 267, *Al-Quran Al-Qarim dan Terjemahannya*, Departemen Agama RI, PT. Toha Putra, Semarang, 1997, hal. 56.

¹² M.Quraish Shihab, *“Tafsir Al-Mishbah”*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 699.

¹³ Fandi Tjiptono, *“Strategi pemasaran”*, (Yogyakarta: CV .Andi Offset, 1979), h. 51.

¹⁴ Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *“Manajemen Pemasaran Jasa”*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2016), h. 175.

pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Kualitas sering dianggap ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifik produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu pertanyaan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Definisi lain tentang kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melebihi harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan kualitas yang ideal. Sebaliknya jasa yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Model pengukuran kepuasan nasabah.

2. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang menentukan kualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Sejalan dengan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- c. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersama.

Karakteristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian pelayanan terbaik bagi nasabah. Pengertian lebih luas disampaikan Daviddow dan Uttal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Sedangkan pengertian pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah “*service excellent*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut

sangat baik atau terbaik sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau di miliki instansi pemberian layanan, dalam konteks ini adalah Bank.¹⁵

3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Salah satu hal yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk memperoleh kepuasan dan loyalitas pelanggan ialah dengan cara meningkatkan kualitas layanan. Kualitas layanan dapat diukur dengan menggunakan 5 dimensi yang diusulkan oleh Parasuram, Zeithaml dan Berry dalam bukunya Dadang Munandar, yaitu:

- a. *Tangibles*, mencakup fasilitas fisik, peralatan dan penampilan pegawai.
- b. *Reliability*, mencakup kemampuan untuk melakukan layanan yang sudah dijanjikan secara akurat.
- c. *Responsiveness*, mengacu pada kemauan membantu pelanggan dan menyediakan layanan secara cepat dan mandiri.
- d. *Assurance*, mencakup pengetahuan keamanan, ketersediaan uang dan mesin ATM yang dapat dipercaya yang dimiliki Bank, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
- e. *Empathy*, meliputi likasi mesin ATM yang strategi dan terjangkau, jaringan mesin ATM tersebar luas sampai daerah, fitur-fitur sesuai dengan kebutuhan nasabah.¹⁶

C. *Automatic Teller Machine (ATM)*

1. Pengertian *Automatic Teller Machine*

Automatic Teller Machine (ATM) adalah merupakan sistem pelayanan yang diberikan kepada nasabah secara elektronik dengan menggunakan komputer untuk mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari sebagian fungsi yang biasanya dilakukan oleh teller. ATM dapat menggantikan fungsi teller untuk melayani beberapa jenis transaksi perbankan. Untuk mengoperasikan ATM biasanya diperlukan peralatan berupa kartu plastik (*Plastic card*) dan kode pengenalan diri (*personal identification card*).¹⁷

Beberapa jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan ATM antara lain:

- a. Penarikan tunai.
- b. Transfer antar rekening dalam bank yang sama atau bank yang berbeda.
- c. Pembayaran tagihan (rekening listrik, telepon, air, pembelian pulsa HP, dan pembayaran tagihan kartu kredit).

¹⁵ Ikatan Bankir Indonesia, “*Mengelola Kualitas Pelayanan Perbankan*”, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 75.

¹⁶ Dadang Munandar, “*Relationship Marketing Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*”, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), h. 84-85

¹⁷ Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga keuangan lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 284.

d. Berbagai jenis transaksi perbankan lainnya.

Keuntungan yang diperoleh bank dengan adanya ATM antara lain:

- a. Fee dari pemegang kartu ATM.
- b. Menarik nasabah.¹⁸

2. Jenis Mesin ATM

Mesin ATM dapat melakukan transaksi pengambilan tunai dan transaksi lainnya seperti *inquiry*, saldo rekening, penransferan, penggantian PIN, pembelian dan pembayaran tagihan. Saat ini telah tersedia dan tersebar di seluruh Indonesia untuk melayani nasabah. ATM juga dapat melayani nasabah non- bank tersebut namun hanya dapat melakukan transaksi penarikan tunai dan *inquiry* saldo. ATM Non tunai mesin ATM yang hanya dapat melakukan transaksi seluruh transaksi non tunai seperti *inquiry* saldo rekening, penransferan, penggantian PIN, pembelian, dan pembayaran tagihan dan tidak dapat melakukan transaksi pengambilan tunai. Saat ini tersedia di beberapa Kantor Cabang untuk melayani nasabah, untuk yang bukan merupakan nasabah ATM Non tunai hanya dapat melayani transaksi *inquiry* saldo. Secara fisik bentuk ATM Non tunai berbeda dengan ATM biasa, karena Non tunai tidak memiliki mesin seperti mesin ATM pada umumnya dan hanya berupa layar monitor dan papan ketik (*keyboard*) pada bagian layar.

ATM setor tunai (*CDM-Cash Deposit Machine*) mesin ATM dapat menerima setoran tunai dan pengecekan saldo rekening, ATM setor tunai tidak dapat melakukan transaksi pengambilan tunai, penransferan, penggantian PIN, pembelian dan pembayaran tagihan. Saat ini tersedia di beberapa Kantor Cabang untuk melayani nasabah. Secara fisik ATM setor tunai hampir sama dengan ATM biasa, namun pada sisi depan terdapat lubang / laci yang digunakan untuk meletakkan uang yang akan disetor. Untuk melakukan setoran tunai nasabah harus menggunakan kartu Bank Card dan nomor PIN yang sama dengan yang digunakan pada mesin ATM biasa. Tidak memerlukan aktifitas atau membuat nomor PIN baru untuk transaksi ini. Saldo rekening akan Ter-update secara *real time*.

Drive Thru mesin ATM dapat melakukan seluruh transaksi seperti halnya ATM biasa meliputi penarikan tunai, *inquiry* saldo, penransferan, penggantian PIN, pembelian dan pembayaran tagihan. ATM *Drive Thru* memiliki keunikan dalam lokasi dan bentuk karena didesain khusus untuk dapat melayani nasabah tanpa harus turun dari mobil. Untuk nasabah non- bank dapat melayani hanya untuk transaksi penarikan tunai dan *inquiry* saldo.¹⁹

3. Beberapa Jaringan ATM

Beberapa bentuk jaringan kerja ATM yang dilakukan oleh pengelola sebagai berikut:

- a. *Offline*

¹⁸ Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 172.

¹⁹ Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga bukan bank*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), h. 287.

Offline adalah bentuk ATM yang paling sederhana. Bank pengelola tidak perlu menyiapkan *software* yang rumit, bahkan tidak perlu melengkapinya dengan *mainframe*. Sistem ini memungkinkan nasabah mengambil uang tunai tanpa membaca file rekening yang bersangkutan. Sudah tentu cara ini sewaktu-waktu dapat merugikan bank karena nasabah dapat mengambil uang melebihi saldo rekening yang ada. Bentuk ini biasanya ditempuh oleh bank karena belum adanya jaringan komputer yang mendukung atau pun tujuan-tujuan tertentu.

b. Stand Alone

Stand alone lebih berkembang dari pada *offline*. ATM sudah dioperasikan dengan membaca file rekening nasabah bersangkutan. Dengan kata lain, perangkat ATM sudah dihubungkan dengan *mainframe* dalam sakal kecil (CPU/PC) yang menyimpan file-file rekening nasabah. Jadi, disamping dapat menarik uang rekeningnya setiap saat, nasabah juga dapat melihat saldo akhir dari rekening tersebut. Namun, keberadaan ATM hanya sebatas dimanfaatkan oleh nasabah kantor cabang yang bersangkutan saja, sedangkan nasabah kantor-kantor cabang lainnya tidak memungkinkan untuk memanfaatkannya karena belum dihubungkan secara *online*.

c. Online

Online adalah bentuk sistem ATM yang telah lebih maju karena masing-masing ATM berada dibawah pengelolaan satu unit *branch system* telah dihubungkan *online* satu dengan yang lainnya, sehingga nasabah-nasabah di semua cabang yang telah memiliki jaringan komputer dapat memanfaatkan ATM yang ada. Dengan sistem ini nasabah tidak terkait dengan satu ATM, melainkan mereka dapat memanfaatkan ATM yang terdekat dimana dia berada. Pelayanan ATM di Negara kita ini kelihatanya cenderung menerapkan sistem ini.

d. ATM Sharing

Yang dimaksud ATM *sharing* ialah sejumlah pengelola ATM *intergrated* membentuk satu jaringan dengan menggabungkan semua ATM yang mereka miliki. Keuntungannya sudah tentu nasabah lebih leluasa memanfaatkan ATM-ATM milik pengelola dan berarti mengurangi persaingan antara pelayanan ATM. Pelayanan ATM *sharing* umumnya dibeberapa lokasi untuk melayani nasabah. Untuk nasabah non-bank terkait dapat dilayani hanya untuk transaksi penarikan tunai dan *inquiry* saldo.²⁰

4. Kartu Plastik

Adalah benda berbentuk kartu yang berbahan dasar plastik serta digunakan untuk kebutuhan transaksi keuangan. Transaksi keuangan yang dilakukan dengan menggunakan kartu plastik ini berbeda-beda sesuai dengan jenis kartu yang digunakan. Jenis kartu umum digunakan adalah kartu kredit dan kartu ATM yang juga berfungsi sebagai kartu debit.

²⁰ Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan lain* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 285.

Kartu plastik diterbitkan oleh lembaga keuangan terutama oleh perbankan. Saat ini sebagian besar perbankan telah mengeluarkan produk kartu plastik sebagai upaya memberikan kepuasan kepada nasabah. Kartu plastik yang dominan adalah jenis kartu untuk pengambilan uang tunai di *Automatic teller machine* (ATM) atau dikenal dengan kartu ATM. Kartu ATM ini diberikan kesetiap penabung yang ingin memiliki kartu untuk kemudahan melakukan transaksi keuangan. Fungsi kartu plastik bagi pemilik kartu adalah kemudahan dalam transaksi keuangan. Pada dasarnya kartu plastik mengurangi penggunaan uang tunai dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Hal ini dilakukan dengan alasan kemudahan serta keamanan.²¹

5. Pelayanan ATM

Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu kredit adalah *Automatic teller machine* (ATM). ATM ini merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam dari 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Kemudian lokasi ATM tersebut diberbagai tempat-tempat strategis.²²

Pelayanan yang diberikan ATM antara lain:

- a. Penarikan uang tunai. Nasabah dapat menarik uang tunai diberbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit. Besarnya jumlah penarik tergantung dari limit yang diberikan atau dari sisa saldo yang tersedia dalam ATM yang bersangkutan.
- b. Dapat digunakan sebagai tempat untuk memesan buku cek dan *gilyet giro* (BG).
- c. Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau cek saldo rekening nasabah. Dan pelayanan lainnya seperti pembayaran listik, telepon, dan pembayaran lainnya.

D. Kepuasan

1. Pengertian Kepuasan

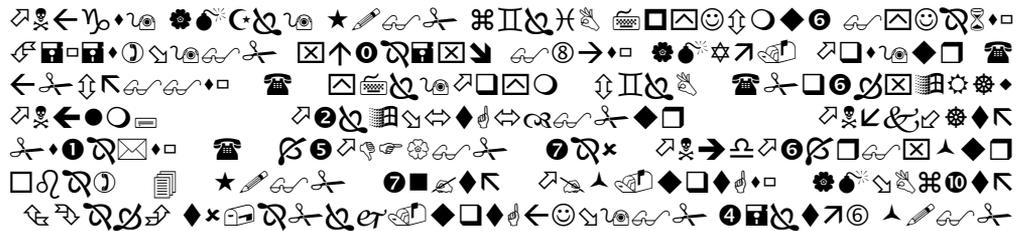
Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (*lillahi ta'ala*), kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula.

Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk, seorang muslim wajib memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan Kepercayaan konsumen

²¹ Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Bukan Bank* (Jakarta: PT Indeks, 2009), h. 260.

²² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003).h.306.

akan kesetiaan konsumen/pelanggan. Hal ini tampak dalam firman Allah swt, Q.S. Ali-Imran/3: 159.²³



Terjemahnya :

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”²⁴

Menurut M.Quraish Shihab dalam bukunya tafsir Al-Misbah. Maksud dari ayat ini adalah, Sebagai wujud kasih sayang Allah kepada kamu dan mereka, kamu bersikap lemah lembut dan tidak berkata kasar karena kesalahan mereka. Dan seandainya kamu bersikap kasar dan keras, mereka pasti akan bercerai berai meninggalkanmu. Oleh sebab itu, lupakanlah kesalahan mereka. Mintakanlah ampun untuk mereka. Dan ajaklah mereka bermusyawarah untuk mengetahui pendapat mereka dalam berbagai persoalan yang tidak disebut dalam wahyu. Apabila kamu telah bertekad untuk mengambil suatu langkah setelah terlebih dahulu melakukan musyawarah, laksanakanlah langkah itu dengan bertawakkal kepada Allah benar-benar mencintai orang-orang yang menyerahkan urusan kepada-Nya.²⁵

Tujuan setiap pemasaran adalah menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas terhadap barang tersebut atau terhadap pelayanan toko tersebut, konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas, dia tidak akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan reaksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarga, sahabat, sehingga pemasaran produk tersebut tidak mencapai sasaran. Hal ini dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan.

²³ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2014), h. 211

²⁴ Al Quran Surat Ali Imran ayat 159, *Al-Quran Al-Qarim dan Terjemahannya*, Departemen Agama RI, PT. Toha Putra, Semarang, 1997, hal. 546.

²⁵ M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 309.

Kepuasan pelanggan akan sangat bergantung pada kinerja penawaran dibanding dengan harapannya. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Jika kinerja dibawah harapan pelanggan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.

Kepuasan nasabah adalah respon konsumen atau nasabah terhadap evaluasi (*dis-confirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.²⁶

2. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah

Menunjukkan bahwa, pelanggan atau nasabah akan merasa puas, senang atau bahagia apabila memperoleh nilai hantaran bagi pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan akan menurun atau berkurang manakala pelanggan lebih banyak mengeluarkan biaya pelanggan total dari pada mendapatkan nilai pelanggan total. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

- a. Nilai Produk dapat dievaluasi oleh nasabah melalui manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk tersebut dibandingkan dari produk bank lain.
- b. Nilai Pelayanan bagi nasabah sangatlah penting mengingat jasa bank merupakan jasa *profesionalisme*, *sistem online*, tabungan dengan ATM merupakan upaya bank di dalam memberikan layanan yang cepat dan akurat.
- c. Nilai Personil tidak dapat dipisahkan dari nilai pelayanan dan nilai produk. Personil atau karyawan bank merupakan “aset tersembunyi” yang pemanfaatnya harus dimaksimalkan oleh bank.
- d. Nilai Citra bank akan mudah dinilai oleh nasabah mengingat dalam kondisi pasar pembeli seperti ini saat ini, banyak pilihan bank dan membuat nasabah juga semakin cermat mencari informasi untuk memilih bank dengan reputasinya baik.²⁷

3. Metode Pengukuran Kepuasan

Ada beberapa metode yang digunakan untuk mengukur atau memantau kepuasan konsumen. Tjiptono mengungkapkan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi dengan nasabah atau pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media

²⁶ M. Nur Rianto Al-arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Afabeta 2010), h.193

²⁷ Murti sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011),h. 227.

yang bisa digunakan melalui kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat yang strategis, yang mudah dijangkau atau dilewati nasabah, menyediakan kartu komentar, menyediakan telepon khusus, dll.

b. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran kepuasan nasabah adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli atau konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka (*ghost shopper*) melaporkan temannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaingnya berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut.

c. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya bisa mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan.

d. *Survey kepuasan nasabah.*

Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari nasabah dan sekaligus juga memberi tanda atau sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap nasabah. pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain:

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung dengan pertanyaan dengan skala berikut: sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju.

b. *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

c. *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama masalah-masalah yang mereka hadapi yang berkaitan dengan penawaran perusahaan. Kedua, saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance performance analysis*

Dalam tehnik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen atau atribut penawaran berdasarkan derajat setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atau atribut tersebut.²⁸

III. METODE PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar, Kecamatan Wonomulyo dan penelitian ini dilakukan 2

²⁸ Murti sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011),h. 180

bulan sejak surat izin penelitian dikeluarkan. Adapun jenis penelitian yang digunakan jenis penelitian Kuantitatif Jenis dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif (*description research*). Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan/memecahkan masalah secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian deskriptif merupakan penelitian paling sederhana, dibandingkan dengan penelitian-penelitian yang lain karena dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti. Ini artinya bahwa dalam penelitian, peneliti tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian.

Dalam melaksanakan pengumpulan data dengan dilakukan 2 tahap, yaitu :

a. Metode Angket (*Kuesioner*)

Angket adalah alat penelitian berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden.²⁹ Angket memberikan pertanyaan-pertanyaan terstruktur dan terinci terhadap informan yang terlibat langsung dalam peristiwa/ keadaan yang diteliti. Angket diberikan kepada responden yaitu nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang pembantu (KCP) Polewali Mandar, Kecamatan Wonomulyo.

b. Metode Pengamatan Lansung (*Observation*)

Tekhnik ini menuntut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung ataupun secara tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembaran pengamatan, panduan pengamatan, dalam hal ini menggunakan beberapa cara, yaitu :

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

IV. HASIL PENELITIAN

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KCP Polewali Mandar

Dari wawancara oleh beberapa Narasumber dan *kuesioner* yang dibagikan kepada Nasabah Bank Mandiri KCP Polewali Mandar, dapat disimpulkan bahwa Pelayanan melalui mesin ATM yang diberikan Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar kepada nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah untuk melakukan transaksi menggunakan jasa perbankan Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar terbukti kebenarannya, yang dibuktikan melalui tabel frekuensi angket yang di berikan kepada nasabah dan hasil wawancara

²⁹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, h. 135.

nasabah bank mandiri yang menggunakan pelayanan mesin ATM pada Bank mandiri.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KCP Polewali Mandar

Dari wawancara oleh beberapa Narasumber dan *kuesioner* yang dibagikan kepada Nasabah Bank Mandiri kcp Polewali Mandar, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Mandiri berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar, terbukti kebenarannya, yang dibuktikan melalui frekuensi angket yang diberikan kepada nasabah dan hasil wawancara nasabah bank mandiri yang mempunyai buku rekening dan ATM (kartu plastik) bank mandiri.

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan pembahasan dalam skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar” maka dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas pelayanan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Polewali Mandar. Pelayanan melalui mesin ATM yang diberikan Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Wonomulyo kepada nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah untuk melakukan transaksi menggunakan jasa perbankan Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Wonomulyo. Dengan demikian *Hipotesis* pertama yang penulis ajukan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga kualitas pelayanan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar terbukti kebenarannya, yang dibuktikan melalui tabel frekuensi angket yang di berikan kepada nasabah yang menggunakan pelayanan mesin ATM pada Bank mandiri.
2. Variabel pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar, berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Mandiri dibuktikan dengan angket yang diberikan kepada nasabah yang mempunyai buku rekening dan ATM (kartu plastik) bank mandiri. Dengan demikian *Hipotesis* kedua yang peneliti ajukan dalam penelitian ini yang menyatakan “Diduga kualitas pelayanan ini mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah

Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali, telah terbukti kebenarannya.

B. Saran

Dari hasil analisis data dan pembahasan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah berikut ini:

1. Bagi Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Wonomulyo memperbanyak mesin ATM dan meningkatkan kualitas layanan segala transaksi khususnya pada mesin ATM. Agar mempermudah nasabah dalam melakukan segala jenis transaksi yang tersedia khususnya pada kualitas pelayanan ATM yang kurang memadai. Dan memperbanyak adanya mesin ATM pada tempat-tempat umum yang banyak dikunjungi oleh nasabah.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Wonomulyo.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahannya*. Semarang: PT. Toha Putra, 1997.
- A,Hamdani Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salamba Empat 2008
- Alwi Hasan, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005
- Al-arif Rianto Nur M., *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Afabeta 2010
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Arikunto Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Achmadi Abu dan Narbuko Cholik, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara 2009
- Busyrah, Tesis: *“Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan”* : Jurusan Ekonomi Islam, Pasca Sarjana UIN Alauddin Makassar, 2018
- Bungin Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: prenadamedia group, 2005

-
- Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press, 2001
- Handiman Edia dan Arthesa Ade, *Bank dan Lembaga Bukan Bank*, Jakarta : PT. Indeks, 2009
- Hidayat Rahmat “Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Bandung: Graha Ilmu, 2011
- Hamdani dan Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2006
- Handiman Edia dan Arthesa Ade, *Bank dan Lembaga bukan bank*, Jakarta: PT Indeks, 2009
- Indonesia Bankir Ikatan, *Mengelola Kualitas Pelayanan Perbankan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014
- Ismail, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Kencana, 2011
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2003
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Rajawali Press, 2013
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2003
- Latumaerissa R, Julius., *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta : Salemba Empat, 2011 Latumaerissa R. Julius, *Bank dan Lembaga keuangan lain*, Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Munandar Dadang, *Relationship Marketing Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*, Yogyakarta: Ekuilibria,
- Mahi Hikmat M, *Metode Penelitian Dalam Prespektif Ilmu Ekonomi dan Sastra*, Yogyakarta: Ghara Ilmu , 2014
- M.M Tika, Pabundu Moh., *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksa, 2006
- Moleong J.Lexy *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: RemajaRosdakarya, 2002
- Shihab M.Quraish, “*Tafsir Al-Mishbah*”, Jakarta: Lentera Hati, 2002
- Pusat bahasa departemen pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, Jakarta: Balai Pustaka, 2017
- pelajarDunia.com, *Pengertian Pengaruh Menurut Para Ahli*, <http://www.dunia-pelajar.com/2014/08/07/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli/>,
- Rosinta Febrina, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Bandung: ALFABETA, 2012

-
- Aldursanie Ridwan, *Kualitas Pelayanan Dalam Islam*, [http:// Ridwan202.wordpress.com/ 2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/](http://Ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/),
- Sudijono Anas, *Pengantar Statistic Pendidikan*, Cet 22 Jakarta: Raja Grafindo Persada 2010
- Sugiyono Dr.Prof., *Metode Penelitian pendidikan*, Bandung: Jl. Gegerkolong Hilir 2013
- Sugiarto Endar, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999
- Suyanto, *Dasar-Dasar Perbankan*, Yogyakarta: CAPS. 2012
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011
- sumarni Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011
- Tjiptono Fandi, *Manajemen Jasa, Edisi IV*, Yogyakarta: Andi, 2006
- Tika Pabundu Moh, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010
- Tjiptono Fandy, *Strategi pemasaran*, Yogyakarta: CV.Andi Offset, 1997
- Tanzeh Ahmad, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Teras, 2009
- Tindaon Abdian Yosi, *Pengertian Pengaruh*, <http://yosiabdiantindaon.blogspot.co.id/2012/11/pengertian-pengaruh.html>,
- Umar Husein, *Metode Penelitian skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2011
- Wahjono Imam Sentot, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010