

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BUDAYA AKADEMIK
TERHADAP KEPUASAN MELALUI *BRAND IMAGE*
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI DESTINASI PARIWISATA,
POLITEKNIK KOTA MALANG**

Arkinanti Hanumi Indahniar, Ike Kusdyah R., Fathorrahman

Program Studi Manajemen Pendidikan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

kinan1810@yahoo.com

ABSTRAKSI

Bertujuan mengetahui pengaruh: 1) Kualitas pelayanan terhadap *brand image*; 2) Budaya akademik terhadap *brand image*; 3) Kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa; 4) Budaya akademik terhadap kepuasan mahasiswa; 5) *Brand image* terhadap kepuasan mahasiswa; 6) Kualitas pelayanan terhadap kepuasan melalui *brand image* pada mahasiswa; 7.) Budaya akademik terhadap kepuasan melalui *brand image* pada mahasiswa Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah responden adalah 43 mahasiswa aktif angkatan 2017, 2018, dan 2019 Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang dengan menggunakan metode sensus. Hasil penelitian ini menunjukkan, antara lain: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *brand image*; 2) Budaya akademik tidak berpengaruh terhadap *brand image*; 3) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa; 4) Budaya akademik tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa; 5) *Brand image* tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa; 6) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan melalui *brand image* pada mahasiswa; 7) Budaya akademik tidak berpengaruh terhadap kepuasan melalui *brand image* pada mahasiswa Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang.

ABSTRATION

The purpose of this study was to determine the effect: 1) Service quality on brand image; 2) Academic culture on brand image; 3) Service quality on student satisfaction; 4) Academic culture on student satisfaction; 5) Brand image on student satisfaction; 6) Service quality on satisfaction through brand image in students; 7.) Academic culture on satisfaction through brand image in students of the Tourism Destination Study Program, Malang City Polytechnic. This type of research is a quantitative approach. The number in this study were 43 active students of the 2017, 2018, and 2019 class of Tourism Destination Study Program, Malang City Polytechnic using the census method. The results of this study indicate, among others: 1) Service quality has an effect on brand image; 2) Academic culture has no effect on brand image; 3) Service quality affects student satisfaction; 4) Academic culture has no effect on student satisfaction; 5) Brand image has no effect on student satisfaction; 6) Service quality has no effect on satisfaction through student brand image; 7) Academic culture does not affect satisfaction through brand image among students of the Tourism Destination Study Program, Malang City Polytechnic.

PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi merupakan lembaga pendidikan tinggi yang menjadi salah satu lembaga dengan tujuan memberikan pelayanan publik yang di satu sisi peningkatan kebutuhan masyarakat akan pendidikan formal. Pendidikan formal yang dimaksud adalah perguruan tinggi, sehingga menjadikan perguruan tinggi sebagai sektor strategis yang diharapkan mampu menghasilkan sumberdaya manusia bermutu. Persaingan antar perguruan tinggi menuntut lembaga pendidikan untuk lebih memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan, agar mampu bersaing.

Kepuasan konsumen sebagai salah satu modal utama bagi perusahaan baik jasa maupun barang untuk bisa meraih pasar. Kepuasan konsumen dibangun dari beberapa faktor salah satunya *brand image*. *Brand image* mempengaruhi konsumen merasakan puas setelah mendapatkan pelayanan yang baik dan budaya akademik yang harmonis, ini adalah salah satu contoh dalam kegiatan usaha jasa pendidikan di perguruan tinggi. Kualitas pelayanan dan budaya akademik, serta *brand image* yang terbangun di masyarakat mampu memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen, hal ini seperti yang sudah disampaikan oleh Putra dan Yasa (2015) menyatakan bahwa ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi atau menciptakan kepuasan mahasiswa yaitu 1) kualitas pelayanan yang standar, dan 2) memiliki

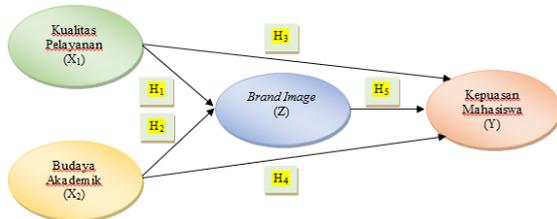
keteraturan dalam budaya akademik.

Kualitas pelayanan dan budaya akademik yang teratur dirasa mampu menampilkan karakteristik bagi sebuah perguruan tinggi. Hal tersebut bisa dijadikan sebagai pembeda dengan perguruan tinggi lain sehingga bisa dilihat oleh calon mahasiswa baru dengan *brand image* atau citra lembaga. Guna mempertahankan mahasiswa yang aktif di suatu lembaga dan tidak mengalami penurunan jumlah mahasiswa tersebut, serta untuk menarik minat mahasiswa baru maka dari itu lembaga harus menetapkan tujuan guna memenuhi kebutuhan pengguna (*stakeholder*) dalam hal ini mahasiswa kepuasan.

Formulasi rumusan permasalahan yakni apakah ada pengaruh: (1) Kualitas pelayanan terhadap *brand image* pada mahasiswa? (2) Budaya akademik terhadap *brand image* pada mahasiswa? (3) Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada mahasiswa? (4) Budaya akademik terhadap kepuasan pada mahasiswa? (5) *Brand image* terhadap kepuasan pada mahasiswa? (6) Kualitas pelayanan terhadap kepuasan melalui *brand image* pada mahasiswa? (7) Budaya akademik terhadap kepuasan melalui *brand image* pada mahasiswa Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang?

METODE PENELITIAN & KERANGKA KONSEP

Kerangka konsep penelitian ini seperti berikut:



Gambar I.1 Kerangka Konsep

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang deskriptif. Menurut Singarimbun (2006), jika penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penyebabnya hubungan antar variabel dengan menguji hipotesis, maka penelitian ini adalah tidak lagi

disebut penelitian deskriptif tetapi penelitian menguji hipotesis atau penelitian penjelasan yang dapat dijelaskan melalui pengaruh antara kualitas pelayanan dan budaya akademik terhadap kepuasan melalui *brand image* pada mahasiswa. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa aktif program studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang angkatan 2017 (semester 6) sebanyak 3 orang, angkatan 2018 (semester 4) sebanyak 5 orang, dan angkatan 2019 (semester 2) sebanyak 35 orang. Berikut adalah Tabel 4.3 mengenai Data Jumlah Mahasiswa Aktif Program Studi D-IV Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang. Metode pengambilan sampel yang dipakai adalah *non probability sampling* dengan teknik *sampling jenuh (sensus)*.

Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan	Kualitas jasa/layanan yang diberikan dosen dan tendik kepada mahasiswa prodi Despar di Politeknik Kota Malang.	<ol style="list-style-type: none"> Keandalan; Daya tanggap; Jaminan; Empati; Bukti fisik.
Budaya Akademik	Suatu kebiasaan baik itu Dosen, Tendik, dan mahasiswa prodi Despar dalam kehidupan akademik di Politeknik Kota Malang.	<ol style="list-style-type: none"> Penghargaan pada penilaian orang lain; Kebiasaan membaca; Penambahan ilmu & wawasan; Proses belajar-mengajar.
Kepuasan Mahasiswa	Sikap positif mahasiswa prodi Despar terhadap pelayanan yang diberikan Dosen dan Tendik di Politeknik Kota Malang.	<ol style="list-style-type: none"> Harga; Kualitas Layanan; Kualitas Produk; Faktor Emosional; Kemudahan.
Brand Image	Apa yang mahasiswa prodi Despar pikirkan dan rasakan ketika berada di Politeknik Kota Malang.	<ol style="list-style-type: none"> Citra pemakai; Kesan profesional; Kesan moderen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1.2 Hasil Uji Validitas

No.	Item	r hitung	Sig	Keterangan
1.	X _{1,1}	0,554	0,000	Valid
2.	X _{1,2}	0,406	0,007	Valid
3.	X _{1,3}	0,578	0,000	Valid
4.	X _{1,4}	0,742	0,000	Valid
5.	X _{1,5}	0,627	0,000	Valid
6.	X _{1,6}	0,822	0,000	Valid
7.	X _{1,7}	0,616	0,000	Valid
8.	X _{1,8}	0,689	0,000	Valid
9.	X _{1,9}	0,729	0,000	Valid
10.	X _{2,1}	0,881	0,000	Valid
11.	X _{2,2}	0,819	0,000	Valid
12.	X _{2,3}	0,671	0,000	Valid
13.	X _{2,4}	0,552	0,000	Valid
14.	X _{2,5}	0,582	0,000	Valid
15.	Y ₁	0,787	0,000	Valid
16.	Y ₂	0,829	0,000	Valid
17.	Y ₃	0,601	0,000	Valid
18.	Y ₄	0,870	0,000	Valid
19.	Y ₅	0,720	0,000	Valid
20.	Y ₆	0,803	0,000	Valid
21.	Z ₁	0,554	0,000	Valid
22.	Z ₂	0,698	0,000	Valid
23.	Z ₃	0,702	0,000	Valid
24.	Z ₄	0,729	0,000	Valid
25.	Z ₅	0,556	0,000	Valid
26.	Z ₆	0,559	0,000	Valid
27.	Z ₇	0,794	0,000	Valid
28.	Z ₈	0,790	0,000	Valid

Dari hasil analisa bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dikatakan instrumen valid.

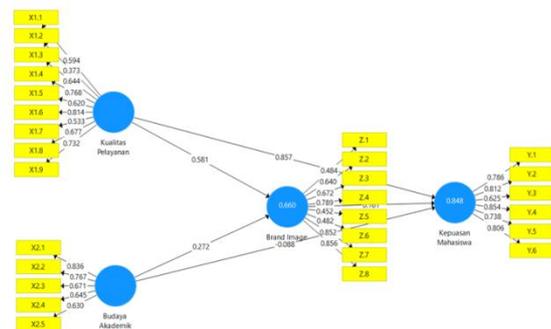
Uji Reliabilitas

Tabel 1.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Item	Alpha	Keterangan
1.	X ₁	0,824	Reliabel
2.	X ₂	0,754	Reliabel
3.	Y	0,864	Reliabel
4.	Z	0,831	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas didapat koefisien *alpha* untuk variabel kualitas pelayanan (X₁) sebesar 0,824, variabel budaya akademik (X₂) sebesar 0,754, variabel kepuasan mahasiswa (Y) sebesar 0,864 dan variabel *brand image* (Z) sebesar 0,831 menunjukkan bahwa seluruh item reliabel.

Pendugaan Parameter



Gambar 1.2 Diagram dan Koefisien Jalur

Gambar di atas menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan dan Budaya Mahasiswa berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap Kepuasan Mahasiswa melalui *Brand Image*.

Analisis Pengujian Loading Factor

1) Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 1.4 Hasil Pengujian Indikator Pembentuk Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator	Outer Loading	p-value
Dosen kompeten dalam memberikan materi perkuliahan (X _{1,1})	0,594	0,000
Tendik kompeten (sesuai bidangnya) dalam melaksanakan pelayanan ke mahasiswa (X _{1,2})	0,373	0,000
Tendik membantu mahasiswa dengan baik (X _{1,3})	0,644	0,000
Adanya sanksi bagi mahasiswa yang melanggar peraturan (X _{1,4})	0,768	0,000
Permasalahan keluhan mahasiswa selalu ditangani Tendik dengan baik (X _{1,5})	0,620	0,000
Ruang kuliah yang bersih (X _{1,6})	0,814	0,000
Perpustakaan nyaman (X _{1,7})	0,533	
Tempat ibadah bersih (X _{1,8})	0,677	
Fasilitas kamar kecil yang bersih (X _{1,9})	0,732	0,000

Berdasarkan ketiga indikator yang nilai *outer loading*-nya tinggi (ditulis tebal) tersebut memberikan kontribusi signifikan merefleksikan variabel kualitas pelayanan dibandingkan dengan indikator lainnya, karena seluruh nilai *p-value* < 0.05. Dari nilai *outer loading* tertinggi diperoleh indikator kebersihan ruang kuliah menjadi faktor dominan membentuk variabel kualitas pelayanan (X₁).

2) Variabel Budaya Akademik

Tabel 1.5 Hasil Pengujian Indikator Pembentuk Variabel Budaya Akademik

Indikator	Outer Loading	p-value
Penghargaan terhadap pendapat orang lain secara obyektif (X _{2,1})	0,836	0,000
Pemikiran rasional dan kritis-analisis dengan tanggungjawab moral (X _{2,2})	0,767	0,000
Prodi atau Institusi sering mengadakan seminar/lokakarya/kuliah tamu dalam rangka menambah wawasan di lingkungan Politeknik Kota Malang (X _{2,3})	0,671	0,000
Dosen selalu memberikan Rencana Pengajaran Perkuliahan Per Semester (X _{2,4})	0,645	0,000
Dosen memberikan penugasan pada mahasiswa yang relevan (X _{2,5})	0,630	0,000

Kedua indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi tersebut signifikan merefleksikan variabel budaya akademik dibandingkan dengan indikator lain, karena seluruh *p-value* < 0,05. Dari nilai *outer loading* paling tinggi diperoleh indikator penghargaan terhadap pendapat orang lain secara obyektif yang paling dominan membentuk variabel budaya akademik.

3) Variabel *Brand Image*

Tabel 1.6 Hasil Pengujian Indikator Pembentuk Variabel *Brand Image*

Indikator	Outer Loading	p-value
Mahasiswa berpenampilan rapi (Z_1)	0,484	0,000
Mahasiswa aktif dalam kegiatan kemahasiswaan (Z_2)	0,640	0,000
Mahasiswa aktif mengunggah kegiatan kampus di media social (Z_3)	0,672	0,000
Kesan profesional (Z_4)	0,789	0,000
Dosen berpenampilan rapi (Z_5)	0,452	0,000
Tendik berpenampilan rapi (Z_6)	0,482	0,000
Kesan modern, Arsitektur bangunan Politeknik Kota Malang modern (Z_7)	0,852	0,000
Kesan modern, Teknologi, peralatan, dan fasilitas yang digunakan modern (Z_8)	0,856	0,000

Ketiga indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi tersebut memberikan pengaruh signifikan merefleksikan variabel *brand Image* dibandingkan dengan indikator lain karena seluruh nilai *p-value* < 0,05. Dari nilai *outer loading* paling tinggi diperoleh bahwa indikator Kesan modern dengan item teknologi, peralatan, dan fasilitas yang digunakan modern yang paling dominan membentuk variabel *brand Image*.

4) Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y)

Tabel 1.7 Hasil Pengujian Indikator Pembentuk Variabel Kepuasan Mahasiswa

Indikator	Outer Weight	p-value
Informasi mengenai Formulir Pendaftaran, Dana Penunjang Fasilitas (DPF), Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP) per semester, dan Dana Penunjang Kegiatan Mahasiswa (DPKM) sesuai dengan brosur (Y_1)	0,786	0,000
Kualitas Layanan (<i>service quality</i>), Prosedur pelayanan akademik telah terstruktur dan mudah dipahami (Y_2)	0,812	0,000
Prosedur penyampaian informasi pelayanan Tendik jelas	0,623	
Kualitas Layanan (<i>service quality</i>), Prosedur penyampaian informasi pelayanan Tendik jelas dan mudah dimengerti (Y_4)	0,854	0,000
Tendik dalam menjawab dan menjelaskan setiap pertanyaan dari mahasiswa dengan sabar	0,738	
Tendik dalam menjawab dan menjelaskan setiap pertanyaan dari mahasiswa dengan sabar (Y_6)	0,806	0,000

Keempat indikator dengan nilai tertinggi tersebut signifikan membentuk variabel Kepuasan Mahasiswa karena seluruh nilai *p-value* < 0,05. Dari nilai *outer weight* tertinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut memberikan pengaruh signifikan pada indikator Kualitas Layanan (*service quality*) dengan item prosedur penyampaian informasi pelayanan tendik jelas dan mudah dimengerti yang paling dominan membentuk variabel kepuasan mahasiswa.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis perlu dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui signifikansi model yang sudah terbentuk dari Diagram Jalur pada gambar 1.8 sebagai berikut:

Tabel 1.8 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Koefisien Jalur	p-value	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	<i>Brand Image</i> (Z)	0,581	0,013	Signifikan
Budaya Akademik (X_2)	<i>Brand Image</i> (Z)	0,272	0,240	Non Signifikan
Kualitas Pelayanan (X_1)	Kepuasan Mahasiswa(Y)	0,857	0,000	Signifikan
Budaya Akademik (X_2)	Kepuasan Mahasiswa(Y)	-0,088	0,564	Non Signifikan
<i>Brand Image</i> (Z)	Kepuasan Mahasiswa(Y)	0,161	0,376	Non Signifikan

Selanjutnya adalah hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada pengaruh langsung, untuk hipotesis pengaruh tidak langsung dapat diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1.9 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Variabel Antara	Koefisien Jalur	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Mahasiswa	<i>Brand Image</i>	$(0,857) \times (0,161) = 0,138$	Non Signifikan
Budaya Akademik	Kepuasan Mahasiswa	<i>Brand Image</i>	$(-0,088) \times (0,161) = -0,014$	Non Signifikan

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *brand image*;
2. Budaya akademik tidak berpengaruh terhadap *brand image* pada mahasiswa;
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pada mahasiswa;
4. Budaya akademik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pada mahasiswa;
5. *Brand image* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pada mahasiswa;
6. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan melalui *brand image* pada mahasiswa;
7. Budaya akademik tidak berpengaruh terhadap kepuasan melalui *brand image* pada mahasiswa Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang.

Implikasi

Penelitian ini dapat memberikan implikasi untuk Politeknik Kota Malang, antara lain:

1. Kualitas pelayanan yang ditunjang oleh dosen yang kompeten, tendik yang kompeten, tendik yang membantu menyiapkan perlengkapan perkuliahan, sanksi mahasiswa, keluhan mahasiswa yang tertangani, keberihan ruang kuliah, kenyamanan perputakaan, kebersihan tempat ibadah, dan kebersihan kamar kecil. Dengan menggunakan item penunjang variabel tersebut berpengaruh terhadap *brand image*. Begitu pula kualitas

- pelayanan dengan penunjang variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang.
2. Budaya akademik yang ditunjang oleh penghargaan untuk nilai mahasiswa terbaik, tingginya minat membaca mahasiswa, seminar/lokakarya/kuliah tamu dalam menambah wawasan, RPP diberikan dosen per semester, dan dosen memberi tugas yang relevan. Item yang ada dalam budaya akademik belum mampu memberikan pengaruh terhadap *brand image*, begitu juga antara budaya akademik terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang.
 3. *Brand image* dengan item pendukung mahasiswa rapi, mahasiswa aktif dalam kegiatan kemahasiswaan, aktif dalam mengunggah kegiatan kampus di media sosial, kampus menggunakan sistem informasi yang handal, dosen rapi, tendik rapi, arsitektur bangunan kampus modern, dan fasilitas modern belum bisa memberikan pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang.

Keterbatasan

Keterbatasan pada penelitian ini adalah tidak semua responden/mahasiswa mendapatkan penjelasan secara detail mengenai pernyataan di kuesioner dari peneliti, sehingga jawaban yang dipersepsikan oleh responden/mahasiswa bisa terjadi bias dalam penelitian.

Saran

Penulis memberi beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan, antara lain bagi:

1. Pihak Politeknik Kota Malang
 - a. Khususnya dosen dan tenaga kependidikan bagian akademik dan kemahasiswaan, serta tenaga kependidikan bagian umum untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, menggiring opini baik sehingga tercipta budaya akademik dan *brand image* yang sesuai guna meningkatkan kepuasan mahasiswa.
 - b. Menyediakan kotak keluhan dan saran bagi mahasiswa dengan tujuan dijadikan bahan evaluasi setiap bulannya yang dilakukan oleh pihak Satuan Penjaminan Mutu Internal (*quality assurance*) Politeknik Kota

Malang.

2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Menambah referensi mengenai kepuasan mahasiswa di perguruan tinggi;
 - b. Penelitian yang diteliti oleh penulis hanya terbatas kepada kepuasan mahasiswa dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan, budaya akademik dan *brand image*. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan atau menambah variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakrie, Muhammad, dkk. 2019. *The Influence of Service Quality, Institutional Reputation, Students' Satisfaction on Students' Loyalty in Higher Education Institution. International Journal for Educationland Vocational Studies, Vol.1, No.5, September 2019, pp. 379-391.*
- Budiarti, Erika Mei, dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Budaya Akademik, dan Citra Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan, Volume 2, Nomor 3 Juli 2018: 169-178.*
- Bulkia, Sri. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa. *At-Tadbir Jurnal Ilmiah Manajemen Vol.2, No.1.*
- Casidy, Riza dan Walter Wymer. 2015. *The Influence of University Brand Strer. on Student Satisfaction, Loyalty, Word-of-Mouth. Academy of Management Annual Meeting Proceedings 2015(1): 12920-12920.*
- Dharsono, Wardhana Wahyu, dkk. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Non-Akademik Citra Lembaga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus di Universitas Satya Wiyata Mandala Nabire). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri, Vo.1 No.2, Agustus 2015, Pascasarjana Intitut Teknologi Nasional Malang.*
- Mujahidin, Ali, dkk. 2018. Pengaruh Citra

Perguruan Tinggi dan Kompetensi Dosen terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Kepuasan Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada IKIP PGRI Bojonegoro). Al Tijarah: Vol.4 No.2, Desember 2018 (49-66).

Singarimbun. 2006. Metode dan Proses Penelitian dalam Masri Singarimbun & Sofian Effendi, Metode Penelitian Survei, Jakarta: Pustaka LP3ES.

Susanto, P. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Merek

Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Sosial Budaya dan Ekonomi. Vol. VIII. No. I.

Sondakh, Conny. 2014. Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3 No.1, 2014:19-32.