

PENGARUH MODEL ANTRIAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR PATARU LABA DI KABUPATEN GOWA

Oleh

Iwan Perwira

Email: iwanpzb69@gmail.com

Dosen STIM Lasharan Jaya Makassar

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor model antrian dengan menggunakan nomor antrian terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Pataru Laba di Kabupaten Gowa dan pengaruh faktor model antrian tanpa menggunakan nomor antrian terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Pataru Laba di Kabupaten Gowa. Metode pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas dan regresi sederhana dengan jumlah 100 responden.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa model antrian dengan menggunakan nomor berpengaruh signifikan dan lebih dominan dibanding tidak menggunakan nomor antrian serta mampu meningkatkan kinerja dan memberi kepuasan pelayanan terhadap nasabah pada PT. BPR Pataru Laba di Kabupaten Gowa.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of the model queue using the queue number to customer satisfaction at PT. BPR Pataru Profit in Gowa and influence of the model queue without using a queue number for customer satisfaction at PT. BPR Pataru Profit in Gowa. The method in this study using descriptive analysis method, multiple linear regression, the validity and reliability test with 100 respondents.

Hypothesis testing results have shown that the model queue using the numbers significantly influential and more dominant than not using a queue number and be able to improve performance and give satisfaction to the customer service at PT. BPR Pataru Profit in Gowa.

Keywords: *queuing models, customer satisfaction*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Menjalani kegiatan pada suatu tempat untuk mendapatkan sesuatu hingga membuat masyarakat berjejer merupakan pemandangan yang seringkali kita alami temui. Bahkan kita pun bisa mengalaminya. Hal itu lazimnya disebut antri. Karakteristik umum dari berbagai contoh yang nyata adalah fenomena dimana sejumlah nasabah/konsumen berusaha menerima pelayanan dari fasilitas yang terbatas (pemberi pelayanan). Sebagai akibatnya, harus menunggu giliran untuk menerima pelayanan.

Waktu tunggu yang lama dapat menyebabkan hilangnya keuntungan akibat pelanggan yang membatalkan penggunaan pelayanan pada tempat tertentu, juga dapat menyebabkan pelanggan beralih pada

pesaing. Model antrian yang diterapkan dapat didefinisikan sebagai jenis-jenis antrian yang diberlakukan untuk melayani para nasabah dalam melakukan transaksinya agar pelayanan dapat berlangsung secara teratur, tertib, dan aman.

Fenomena seperti ini terjadi pada banyak bank pemerintah dimana model antrian nya sangatlah dikeluhkan nasabah. Hal itu disebabkan karena oleh model antrian yang tidak teratur. Disisi lain, pada PT. BPR Pataru Laba di Kabupaten Gowa terlihat model antriannya yang teratur meskipun jumlah nasabah yang antri relatif banyak. Model antrian pada PT. BPR Pataru Laba di Kabupaten Gowa menggunakan nomor antrian. Model antrian ini dikaitkan dengan pencapaian kepuasan nasabah dalam hal kenyamanan ketika menunggu dalam antrian.

2. Rumusan Masalah

Apakah model antrian dengan menggunakan nomor antrian berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah?

3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui model antrian dengan menggunakan nomor antrian berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah

4. Kegunaan Penelitian

- Sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi pimpinan PT. BPR Pataru Laba di Kabupaten Gowa dalam model antrian terhadap kepuasan nasabah.
- Sebagai bahan acuan kepada peneliti dimasa yang akan datang yang ingin meneliti dengan konsep yang seperti penulis ajukan.

B. LANDASAN TEORI

1. Tinjauan Pustaka

a. Kepuasan Nasabah

Dalam menyelenggarakan layanan, pihak penyedia dan pemberi layanan harus selalu berupaya mengacu kepada tujuan utama pelayanan, yaitu kepuasan nasabah (*customer satisfaction*). Supranto (2001:233) mengatakan kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Sementara Sumarni (2002:226) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Ditambahkan Kotler (2002:42) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja yang dirasakan (atau hasil) suatu produk dan harapan. Sementara Kasmir (2008:180) kepuasan nasabah adalah hasil akhir yang diperoleh nasabah setelah memperoleh pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah tersebut.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Dalam menentukan kepuasan pelanggan ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, akan

tetapi dalam hal ini yang dibahas mengenai layanan jasa kepada nasabah atau *customer* (Lupyoadi, 2001) salah satunya adalah kualitas layanan atau jasa yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

c. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Kotler mengemukakan beberapa metode mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- Model keluhan dan saran
Media yang di gunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telepon khusus dan sebagainya. Tetapi karena metode ini cenderung pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan tidak kepuasan pelanggan.
- Survei kepuasan pelanggan
Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat di lakukan dengan berbagai cara (Kotler : 2004) diantaranya :
 - Directly Reported Satisfaction*
 - Derived Dissatisfaction*
 - Problem Analysis*
 - Importance-Performance Analysis*
 - Belanja siluman (*Ghost shopping*).
 - Analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*)

d. Pengertian Antrian

Antrian dapat diartikan sebagai suatu mekanisme urutan pelayanan terhadap suatu proyek yang bekerja secara FIFO (*First In-First Out*). FIFO ini secara garis besar bekerja dimana objek pada urutan kedua menunggu giliran hingga antrian pada objek pertama selesai dilayani, begitu juga selanjutnya hingga antrian objek dinyatakan selesai. Untuk mempermudah pemahaman tentang antrian, ada beberapa pengertian tentang antrian :

- Ma'rif dan Tanjung (2003:119) mendefenisikan antrian adalah situasi barisan tunggu dimana sejumlah kesatuan fisik (pendatang)

sedang berusaha untuk menerima pelayanan dari fasilitas terbatas (pemberi pelayanan), sehingga pendatang harus menunggu beberapa waktu dalam barisan agar dilayani.

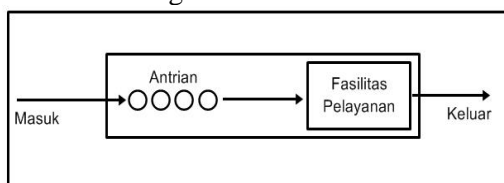
- 2) Heizer and Render (2004:658) dalam bukunya *Operation management* mendefinisikan bahwa teori antrian adalah orang atau barang dalam barisan yang sedang menunggu untuk dilayani.
- 3) Kakiay (2004:1) teori antrian ditemukan dan dikembangkan oleh A.K.Erlang, seorang insinyur dari Denmark, mengatakan bahwa tujuan dari teori antrian adalah meneliti kegiatan dari fasilitas pelayanan dalam rangka kondisi random dari model antrian yang terjadi. Yang dimaksud dengan model adalah suatu himpunan pelanggan, pelayanan, dan suatu aturan yang mengatur pelayanan kepada pelanggan.

Beberapa model dasar jalur antrian yang umum terjadi dalam seluruh model antrian, yaitu:

- a. Model Jalur Tunggal, Satu Tahap (*Single Channel-Single Phase*)

Model antrian jalur tunggal merupakan jalur yang menggunakan hanya satu dari suatu kedatangan, baik itu material maupun orang, atau yang memiliki hanya satu fasilitas pelayanan yang tersedia. Seperti yang dijelaskan pada gambar 1.

Gambar 1 Model antrian Single Channel-Single Phase

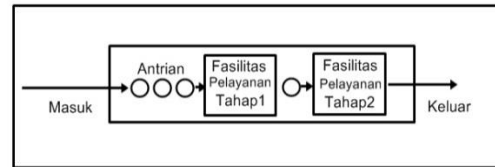


Sumber : Thomas J.Kakiay (2004:15)

- b. Model Antrian Jalur Tunggal, Tahapan Berganda (*Single Channel-Multiphase*)
- Model antrian jalur tunggal dengan tahapan berganda merupakan jalur

kedatangan material atau orang yang harus melalui beberapa tahapan pelayanan sebelum keluar dari model.

Gambar 2 Model antrian Single Channel-Multi Phase

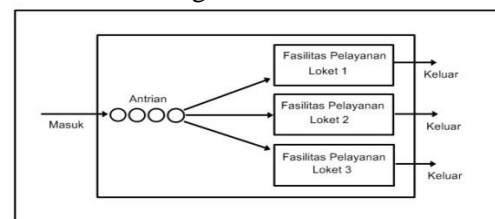


Sumber : Thomas J.Kakiay (2004:15)

- c. Model Jalur Berganda, Satu Tahap (*Multichannel-Single Phase*)

Model jalur berganda, satu tahap adalah merupakan jalur kedatangan yang bervariasi. Sebagai contoh, nasabah bank yang menunggu pelayanan dari staff front office atau teller, atau orang yang mengantri di kantor pos, seperti dijelaskan gambar 3.

Gambar 3 : Model antrian Multi Channel-Single Phase

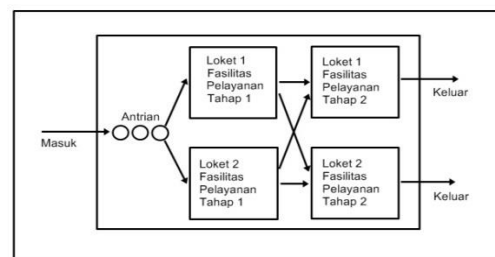


Sumber : Thomas J.Kakiay (2004:15)

- d. Model Jalur Berganda, Tahapan Berganda (*Multichannel-Multiphase*).

Setiap model ini mempunyai beberapa fasilitas pelayanan pada setiap tahap, sehingga lebih dari satu individu dapat dilayani pada suatu waktu. seperti dijelaskan pada gambar 4.

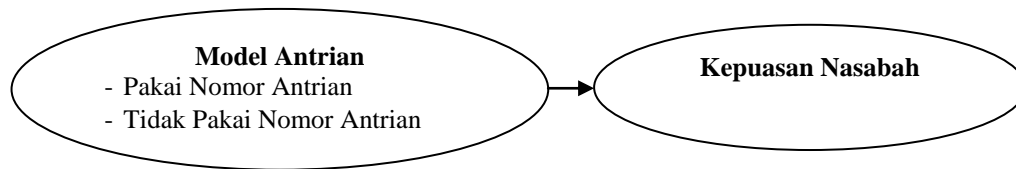
Gambar 4 : Model antrian Multi Channel-Multi Phase



Sumber : Thomas J.Kakiay (2004:15)

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini ditampilkan pada bagan sebagai berikut :



Gambar 5
Kerangka Konseptual

3. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ; Diduga Model antrian dengan menggunakan nomor antrian memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan model antrian tanpa menggunakan nomor antrian, sehingga memberikan tingkat kepuasan nasabah yang lebih besar.

C. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penulis mengadakan penelitian pada PT. BPR Pataru Laba di jalan Poros Gowa-Takalar di Kabupaten Gowa. Waktu penelitian dilakukan selama 3 (tiga) bulan yaitu bulan Agustus 2017 sampai November 2017.

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini data kualitatif dan data kuantitatif. Sedangkan Sumber yang digunakan adalah 1). Data Primer dan 2). Data Sekunder

3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

- Metode Kuesioner
- Metode Wawancara
- Metode Dokumentasi

4. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah penabung pada PT. BPR Pataru Laba di Kabupaten Gowa. Mengingat jumlah populasi cukup relatif besar maka dilakukan teknik sampling.

Penentuan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin menurut Husein Umar (2005:145) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel
N = Jumlah Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (pada penelitian ini digunakan 10%)

5. Metode Analisis

Untuk membandingkan tingkat kepuasan nasabah digunakan alat analisis uji beda dua rata-rata dengan menggunakan uji-t (Sudjana:2002) sebagai berikut :

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{s \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

dihitung dengan :

$$S^2 = \frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

Varians parsial :

$$s_i^2 = \frac{n \sum x_i^2 + (\sum x_i)^2}{n(n - 1)}$$

Keterangan :

- t = nilai t-hitung
x1 = rata-rata kelompok 1
x2 = rata-rata kelompok 2
s = Standar Deviasi gabungan
n1 = banyaknya sampel di kelompok 1
n2 = banyaknya sampel di kelompok 2
s1 = Standar deviasi kelompok 1
s2 = Standar deviasi kelompok 2

Untuk mengkalkulasi dan mengetahui hasil dari uji-t maka digunakan perhitungan berbasis komputerisasi menggunakan SPSS 18.0.

6. Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Model Antrian : Suatu mekanisme urutan pelayanan terhadap suatu proyek yang bekerja secara FIFO (*First In-First Out*). FIFO ini secara garis besar bekerja dimana objek pada urutan

kedua menunggu giliran hingga antrian pada objek pertama selesai dilayani, begitu juga selanjutnya hingga antrian objek dinyatakan selesai.

- b. Kepuasan Nasabah : Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja yang dirasakan (atau hasil) suatu produk dan harapan.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT. BPR Pataru Laba yang bergerak pada bidang Jasa Keuangan Dan Asuransi beralamat di Jl. Poros Panciro Gowa - Takalar No.40 KM. 14 Desa Panciro, Gowa, Sulawesi Selatan.

2. Deskripsi Responden

a. Jenis Kelamin

Tabel 1 : Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki – Laki	50 Orang	50 %
Perempuan	50 Orang	50 %
Total	100 Orang	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

b. Pendidikan

Tabel 2 : Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMU	20	20 %
Diploma (I,II,III)	20	20 %
S1	40	40 %
S2	15	15 %
S3	5	5 %
Total	100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

c. Usia

Tabel 3 : Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
11 – 20	0	-
21 – 30	20	20 %
31 – 40	50	50 %
Diatas 40 tahun	30	30 %
Total	100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

3. Deskripsi Data Dan Pengujian Hipotesis

- a. Tingkat kepuasan nasabah dengan menggunakan nomor antrian dan Tanpa Menggunakan Nomor Antrian.

Berdasarkan masalah pokok yang di kemukakan, maka diambil rumusan hipo sebagai berikut :

$H_0 = \mu_1 \neq \mu_2$ Artinya Model Antrian dengan menggunakan nomor antrian (X1) memiliki kinerja yang lebih

baik di bandingkan model antrian tanpa menggunakan nomor antrian (X2), sehingga memberikan tingkat kepuasan nasabah yang lebih besar dan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Hasil pengujian Kepuasan Nasabah dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4 : Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Dengan_Nomor_Antrian	21.7500	100	1.35121	.13512
	Realisasi_Nomor_Antrian	23.2800	100	1.06439	.10644
Pair 2	Tanpa_Nomor_Antrian	21.1000	100	.96922	.09692
	Realisasi_Tanpa_Nomor_Antrian	20.8500	100	1.23399	.12340

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4 rata-rata tingkat kepuasan nasabah mengalami peningkatan dengan besaran nilai Mean (Rata-Rata) Antara Dengan Nomor Antrian (X1) dengan Kepuasan Nasabah (Y) yaitu 21.7 % menjadi 23.2 %. Hal ini menunjukkan Kepuasan nasabah dikatakan tercapai dengan pertumbuhan sebesar 1.5 %. Sementara Tingkat Besaran signifikansi dilihat dari besaran nilai Standar Deviasi dan nilai Standar Error. Nilai Signifikansi serta korelasi antar variable adalah dengan melihat nilai dari Standar Deviasi dan nilai standar error, Nilai Standar Deviasi harus lebih besar daripada nilai Standar Error dikatakan signifikan. Pada Paired T-Test pada tabel diatas menunjukkan nilai 1.35 % dan Realisasinya sebesar 1.06 & dan Nilai Standar Error adalah 0.13 %. Dan realisasinya 0.16 %.

Pada Paired 2 dari tabel diatas menjelaskan pengaruh Model Antrian tanpa menggunakan nomor antrian tidak memberikan kepuasan kepada nasabah, hal ini dijabarkan dalam nilai rata-rata (Mean) sebesar 21.1 % akan tetapi tingkat kepuasan nasabah menurun menjadi 20.8 %. Hal ini berarti terjadi penurunan atau kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang ingin dicapai dengan selisih sebesar 0.3 %. Pada Paired T-Test pada tabel diatas menunjukkan nilai standar Deviasi sebesar 0.96 % dan Realisasinya sebesar 1.23 & dan Nilai Standar Error 0.09 %. Dan realisasinya 0.12 %.

b. Model Antrian Menggunakan Nomor Antrian Memiliki Pengaruh yang Signifikan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.

Tabel 5 Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Dengan_Nomor_Antrian & Realisasi_Nomor_Antrian	100	.246	.014
Pair 2	Tanpa_Nomor_Antrian & Realisasi_Tanpa_Nomor_Antrian	100	-.114	.259

Sumber : Data diolah oleh SPSS, 2017

Untuk pengambilan keputusan statistik, dapat digunakan 2 cara : Koefisien Korelasi dibandingkan dengan nilai korelasi. Apabila korelasi nya positif atau mendekati 1 itu

berarti bahwa ada Pengaruh yang signifikan atau dengan Melihat Nilai Sig. Apabila nilai Sig. < 0,05 Maka ada korelasi yang signifikan.

Tabel 6 Paired Samples Test

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Dengan_Nomor_Antrian Realisasi_Nomor Antrian	-1.53000	1.50054	.15005	-1.82774	-1.23226	-10.196	99	.000
Pair 2	Tanpa_Nomor_Antrian Realisasi_Tanpa_Nomor Antrian	.25000	1.65374	.16537	-.07814	.57814	1.512	99	.134

Berdasarkan paparan hasil perhitungan pada tabel 7 didapatkan nilai signifikansi adalah $0.00 < 0.05$ ini berarti bahwa H_0 Diterima atau dengan penjelasan Bahwa Model Antrian Menggunakan Nomor Antrian Memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Sedangkan Model Antrian tanpa menggunakan Nomor Antrian memiliki nilai Signifikansi sebesar $0.134 > 0.05$.

c. Pembahasan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa tidak semua H_0 dapat diterima dan model teoritis telah diuji, kriteria Korelasi secara normal yang mendapatkan hasil yang baik terhadap pengujian meskipun didapatkan nilai dari data yang tidak terdistribusi secara normal, akantetapi data ini adalah bersifat Multivariate atau disusun berdasarkan 2 sub indikator dan menunjukkan hasil yang maksimal dan tidak menyimpang dari yang dihipotesiskan.

H_0 atau Model antrian dengan menggunakan nomor antrian memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan model antrian tanpa menggunakan nomor antrian, sehingga memberikan tingkat kepuasan nasabah yang lebih besar. Pada dasarnya adalah benar jika dikatakan bahwa Model antrian menggunakan nomor antrian adalah lebih baik, akan tetapi dari beberapa hasil temuan di lapangan menjelaskan bahwa fasilitas yang disediakan sebagai sarana penunjang untuk *me-reduce* kejenuhan selama antri oleh nasabah masih minim untuk memenuhi kepuasan nasabah secara kompleks jika dilihat secara komprehensif dari keinginan konsumen. Secara nyata H_0 dan H_a dapat diterima atau dengan kata lain bahwa H_0 ke-1 dan 2 diterima, dikarenakan adalah secara fakta model antrian menggunakan nomor antrian, memuaskan bagi para nasabah..

Analisa dari penulis yaitu faktor mengapa antrian tanpa menggunakan nomor antrian tidak berpengaruh signifikan adalah layanan yang tanpa menggunakan nomor antrian yang di berlakukan dirasakan sangat baik untuk hanya sekedar bertransaksi secara sederhana, akan tetapi tidak mampu

melayani hampir semua keperluan nasabah. Ditambah dengan jumlah teller yang terbatas tidak berbanding lurus dengan jumlah nasabah yang ada, hal ini merupakan kendala yang harus di perbaiki guna menunjang profesionalisme dari PT. BPR Pataru Laba. Fasilitas penunjang yang diberlakukan oleh PT. BPR Pataru Laba baik di kantor maupun kantor cabang utama adalah sama dan pelayanan pun sama. Hal ini mendapatkan perhatian positif dari nasabah

Pada dasarnya Inovasi bukan hanya kegiatan menjual produk maupun jasa itu sendiri tetapi juga meliputi kegiatan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dengan berusaha mempengaruhi konsumen dalam hal ini adalah nasabah dari PT. BPR Pataru Laba untuk bersedia membeli jasa perusahaan melalui penciptaan. Hal ini sangat penting bagi PT. BPR Pataru Laba untuk memahami tingkah laku nasabah tersebut. Sehingga PT. BPR Pataru Laba dapat mengembangkan dan memenuhi kepuasan nasabahnya.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kepuasan nasabah tercipta atas dasar rasionalisasi berfikir, mempertimbangkan mutu, kualitas, dan sinkronasi terhadap manfaat akan tetapi Berangkat dari nilai total prestise kemudian atas pengaruh model antrian, ini menciptakan suasana yang *untouchable* secara emosional sehingga melahirkan *satisfaction*. Keadaan yang diharapkan dapat berujung kepada loyalitas Nasabah. Adalah benar bahwa model antrian dengan nomor antrian memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan melihat dari pengujian H_0 bahwa terhadap kepuasan nasabah.

Secara garis besar proses kepuasan nasabah melahirkan sebuah nilai positif dan negatif terhadap sebuah perkembangan zaman yang dirangkum dalam beberapa point berikut ini : Nilai positif yang didapatkan dari hasil penelitian ini antara lain :

- a. Pelayanan yang prima telah dirasakan oleh hampir seluruh sample penelitian yaitu nasabah PT. BPR Pataru Laba.

- b. Fasilitas penunjang dan suasana kondusif sehingga membuat nasabah menjadi nyaman dalam antri.
- c. Kepuasan Nasabah tentunya akan mengarah kepada sikap loyalitas terhadap PT. BPR Pataru Laba.

Sedangkan nilai negatif yang didapatkan dari hasil penelitian ini adalah : Fasilitas layanan mengenai produk dari PT. BPR Pataru Laba diharapkan bisa merata baik di kantor cabang utama maupun unit, agar nasabah PT. BPR Pataru Laba bisa lebih leluasa bertransaksi dimanapun berada.

2. Saran

Secara manajerial pengaplikasian metode model antrian menggunakan nomor dan tanpa nomor antrian yang dilakukan oleh PT. BPR Pataru Laba sudah sesuai dengan taraf kepuasan Nasabah, akan tetapi peningkatan fasilitas layanan yang merata masih sangat di harapkan oleh nasabah PT. BPR Pataru Laba disemua kantor unit tidak hanya di kantor cabang utama, demi menghindari antrian panjang dari nasabah itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Barry, Render M. Stair JR, Michael, E. Hanna. 2006. *Quantitative Analisis for Management*. Jakarta : Grand Wijaya.
- Butz, Howard E & Goodstein, Leonard D., 1996, *Marketing Customer Value: Gaining the Strategic Advantage*
- Doney, Patricia M and Cannon, Joseph P, (1997), "An Examination of the nature of trust in buyer-seller relationships," *Journal of Marketing*, Vol.61, pp.35-51
- Hasibuan, Malayu, 2002. *Dasar-Dasar Perbankan*, Edisi Pertama. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- _____, Malayu, 2004. *Dasar-Dasar Perbankan*, Cetakan Ketiga. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2004. *Operation Management*. Jakarta : Grand Wijaya.
- Kakiay, J. Thomas. 2004. *Dasar Teori Antrian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Kasmir, 2002. *Dasar-Dasar Perbankan*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- _____, 2008. *Manajemen Perbankan*. Edisi Revisi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Hendra Teguh, Edisi Millenium, Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Prenhalindo.
- Mital, Vikas, William T. Ross and Patrick M Baldasare, 1998, "The Asymetric Impact of Negative and Positive Attribute Level Performance on Overall Satisfaction and Repurchase Intentions," *Journal of Marketing*, vol.62, pp.33-47.
- Moorman, C., Zaltman, G and Deshpande R, (1992), "Relationships Between Providers and Users of Marketing Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organizations," *Journal of Marketing Research*, Vol.29, august, pp.314-329.
- Morgan, Robert M and Hunt, Shelby D, (1994), "The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing*, Vol.58, July, pp.20-28
- Oliver, Richard L., 1997, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer*, McGraw-Hill: New York
- Setiawan (2012). *Global Stock Markets Landscape: An Application of Minimum Spanning Tree Technique*. *International Journal of Operational Research (IJOR)*. Publisher: Inderscience (UK) (Forthcoming)
- Sidarta Wisesa, Daniel. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Makassar Raya Motor di Makassar*. Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar
- Simorangkir. 2004. *Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Slater, S.F. & Narver, J.C, 1994, "Does Competitive Environment Moderate The Market Orientation – Performance Relationship", *Journal of Marketing* Vol. 58.
- Soeryatno Soegito, Eddy. 2007. *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer*,

- Pimpinan Perusahaan Organisasi.
 Jakarta: Elex Media Komputindo
- Subagyo, Pengestu. 1993. Dasar-Dasar Operasional Research. Yogyakarta : BPFE.
- Sudjana. 2002. Statistika. Edisi keenam. Bandung : Penerbit Tarsito.
- Sumarni, 2002. Manajemen Pemasaran Bank. Yogyakarta : Liberty.
- Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Edisi Terbaru. Jakarta : Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Yogyakarta : CV. Andi Offset.