



## The Influence of Service Quality, Products and Costs on Customer Satisfaction in Savings

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menabung

T.Teviana

Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, Indonesia

### Keywords:

Service Quality;  
Produk;  
Brand Equity;  
Sales Volume

**Abstract.** The purpose of this study is to determine the effect of Service Quality, Product and Cost on Customer Loyalty at PT. Bank Multiarta Sentosa. The population in this study are customers of PT. Bank Multiarta Sentosa totaling 184 customers. The technique of determining the number of samples used in this study is Slovin formula and totaling 65 respondents. The research method used is the technique of collecting data through library research conducted systematically based on research objectives. The analytical method used to solve problems and prove hypotheses with descriptive analysis, regression analysis. This analysis includes validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F test, and test the coefficient of determination ( $R^2$ ). The t test results Service Quality variable had a positive and significant on Customer Loyalty at PT. Bank Multiarta Sentosa. Product variable had a positive and significant on Customer Loyalty at PT. Bank Multiarta Sentosa. Cost variable had a positive and significant on Customer Loyalty at PT. Bank Multiarta Sentosa. The F test results show that the independent variables Service Quality, Product and Cost adjusted for the variable Customer Loyalty. Test results of the coefficient of determination ( $R^2$ ) indicate that Sales Volume variable are supported by Service Quality, Product and Cost variables.

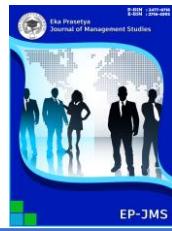
Corresponding author\*

Email: [tteviana@unimed.ac.id](mailto:tteviana@unimed.ac.id)



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



## 1. PENDAHULUAN

Berbagai cara dilakukan bank untuk meningkatkan penghimpunan dana dari masyarakat yang salah satu caranya meningkatkan kapasitas nasabah. Sering terjadi seorang nasabah Bank beralih ke Bank lain karena layanan yang kurang memuaskan. Hal ini membuat Bank harus berlomba-lomba untuk meningkatkan mutu pelayanannya dan meningkatkan kemudahan dalam pinjaman kredit maupun perkembangan suatu sistem dalam perbankan masing-masing. Kini dalam persaingan yang semakin tajam ada beberapa bank memberikan penawaran suku bunga yang cukup tinggi tetapi dengan nominal yang cukup tinggi dan jangka waktu yang berbeda yaitu deposito. Dengan semakin canggih suatu sistem juga bisa membuat nasabah beralih ke Bank tersebut dikarenakan nasabah semakin mudah untuk bertransaksi tanpa harus ke kantor cabang. Inovasi pada perbankan zaman sekarang adalah mobile banking, internet banking, ATM yang berlogo GPN dan mesin EDC yang dapat digunakan kartu ATM yang berlogo GPN.

PT. Bank Multiarta Sentosa (Bank MAS) sebagai Bank Devisa melayani nasabah yang ingin melakukan transaksi dengan luar negeri. Melihat kepentingan yang harus dilaksanakan oleh pihak perbankan saat ini, yaitu Bank sendiri mengharuskan pihak perbankan untuk lebih memperkuat dan mengembangkan suatu bidang pemasaran secara lebih baik. Perusahaan melayani berbagai transaksi dan kegiatan perbankan. Menurut Kotler & Keller (2012:4) segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, properti, organisasi informasi. Produk yang dimiliki oleh perusahaan seperti Giro, Valas, Deposito, Tabungan, Safe Deposit Box (SDB) dan berbagai produk bank lainnya. Tetapi sebagai nasabah Bank Mas produk tersebut masih kurang menarik dibandingkan dengan Bank lain dikarenakan pembukaan rekening masih hanya mendapatkan hadiah sabun dari grup Wings dan mendapatkan bunga yang cukup rendah sedangkan di Bank lain mendapatkan cashback ataupun voucher. Tetapi ada kecanggihan dari Bank Mas yaitu mobile banking bisa cek saldo 3 bulan yang lalu, bisa membayar tagihan PDAM, BPJS Kesehatan, melakukan transfer SKN/RTGS tanpa harus datang ke kantor cabang.

Kualitas Pelayanan yang baik akan memberikan Kepuasan bagi nasabahnya, akan tetapi jika Kualitas Pelayanan yang diberikan masih dinilai buruk oleh nasabah, maka nasabah akan merasa kurang puas seperti fasilitas yang kurang lengkap biasanya meliputi mesin ATM yang susah dicari ataupun keterbatasan tempat pemberian layanan sehingga membuat antrian menjadi panjang. Adapun beberapa keluhan dari nasabah seperti karyawan tidak memiliki kemampuan yang baik karena nasabah sering merasa kecewa karena harus mengantre lama akibat lambatnya kerja dari teller dalam memproses sebuah transaksi nasabah. Hal tersebut tentunya menghabiskan waktu nasabah dan membuat nasabah menjadi kecewa.

Faktor berikutnya adalah Produk. Bank Multiarta Sentosa dinilai masih memiliki Produk yang kurang diminati oleh nasabahnya sehingga membuat nasabah sering merasa kecewa karena tidak adanya perubahan ataupun penambahan Produk yang menarik, perusahaan hanya memiliki 5 kategori Produk saja dan juga Produk tersebut dinilai kurang menarik oleh nasabah. Nasabah juga sering membandingkan varian Produk yang dimiliki oleh bank lain dengan



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



perusahaan sehingga membuat nasabah terkadang lebih memilih untuk menggunakan jasa dari bank lainnya dibandingkan dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah dinilai juga masih banyak sehingga terkadang membuat nasabah merasa rugi dan ketika nasabah membandingkannya dengan bank lainnya, nasabah akan lebih memilih bank lain karena dinilai memiliki Biaya yang lebih murah dan terjangkau. Biaya yang ada dalam perusahaan masih dapat dikatakan cukup tinggi dimana seperti setoran awal yang untuk beberapa bank biasanya hanya Rp. 50.000 saja, akan tetapi pada Bank Multiarta membutuhkan Biaya sebesar Rp. 100.000. Banyaknya Biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah membuat nasabah mencoba untuk mencari bank dengan Biaya yang lebih rendah sehingga akan terjangkau oleh dirinya.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### Kepuasan Nasabah

Kepuasan Nasabah merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer yang dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba (Tjiptono dan Diana, 2019). Strategi mempertahankan nasabah adalah 1) Mengelola atau memelihara tingkat kepuasan nasabah, 2) Menyederhanakan proses pembelian, dan 3) Menambah daya tarik produk sehingga nasabah tidak beralih ke merek lain (Sudaryono, 2016). Terdapat beberapa indikator dari Kepuasan Nasabah yaitu 1) Kepuasan Nasabah Keseluruhan, 2) Konfirmasi Ekspetasi, dan 3) Niat Beli Ulang, 4) Kesediaan untuk Merekomendasi, dan 5) Ketidakpuasan Nasabah (Tjiptono dan Diana, 2019)

### Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2017). Indikator Kualitas Pelayanan mempunyai beberapa sifat tertentu, yaitu 1) Reliabilitas, 2) Daya Tanggap, 3) Jaminan, 4) Empati, 5) Bukti Fisik. (Tjiptono, 2017).

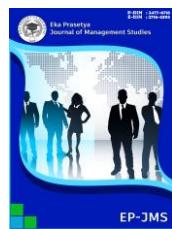
### Produk

Produk adalah semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya (Firmansyah, 2019). Lima tingkatan Produk dapat dijabarkan adalah 1) Manfaat Inti (Core Benefit), 2) Produk Dasar (Basic Product), 3) Produk yang Diharapkan (Expected Product), 4) Produk Tingkat (Augmented Product), dan 5) Potensi Produk (Potential Product) (Malau, 2018). Indikator Produk yang dapat dilakukan adalah 1) Lebar Produk, 2) Panjang Produk, 3) Kedalaman Bauran Produk, dan 4) Konsistensi Bauran Produk (Firmansyah, 2019).



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



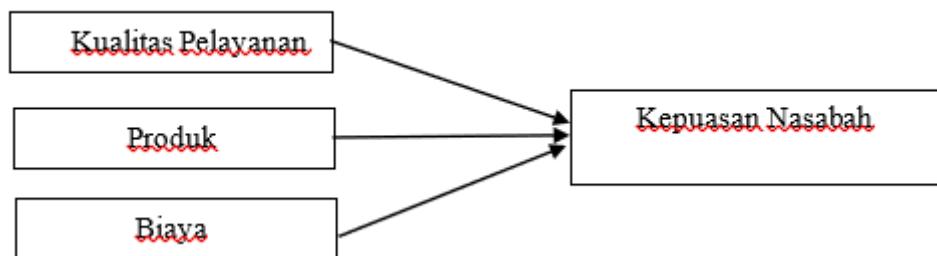
## Biaya

Biaya merupakan pengeluaran atau pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang dinilai dengan uang yang berguna untuk masa yang akan datang (Pratama, 2016). Indikator Biaya adalah 1) Biaya produksi, 2) Biaya pemasaran, 3) Biaya administrasi dan umum, 4) Biaya Langsung, dan 5) Biaya Tidak Langsung (Pratama, 2016).

Berikut pengujian hipotesis penelitiannya :

- Diduga adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Multiarta Sentosa Medan.
- Diduga adanya pengaruh Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Multiarta Sentosa Medan.
- Diduga adanya pengaruh Biaya terhadap Kepuasan Nasabah Bank Multiarta Sentosa Medan.
- Diduga adanya pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya terhadap Kepuasan Nasabah Bank Multiarta Sentosa Medan.

Kerangka teoritis dalam penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara masing-masing variabel yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



**Gambar 1. Kerangka Teoritis**

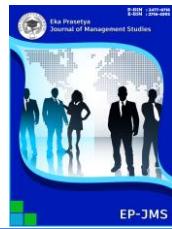
## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Ada dua sumber data berdasarkan sumbernya yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh nasabah yang



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



menggunakan jasa perusahaan selama periode 2020 sebanyak 184 nasabah. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 184 nasabah maka jumlah populasi akan diperkecil dengan teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10%, dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 65 responden.

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah model analisis regresi berganda. Peneliti menggunakan regresi linear berganda karena model ini berguna untuk mencari pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat yang ada. Model persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = a + X_1 b_1 + X_2 b_2 + X_3 b_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

$b_{1-3}$  = Koefisien regresi variabel independen

$X_1$  = Variabel Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Variabel Produk

$X_3$  = Variabel Biaya

e = Standard Error

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji Validitas dan Reliabilitas akan disajikan pada tabel 2 dan tabel 3 sebagai berikut ini:

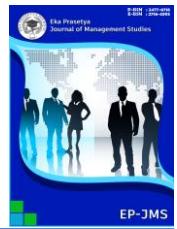
**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	$t_{hitung}$
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	Pernyataan – 1	0,502
	Pernyataan – 2	0,413
	Pernyataan – 3	0,518
	Pernyataan – 4	0,582
	Pernyataan – 5	0,735
	Pernyataan – 6	0,633
	Pernyataan – 7	0,854
	Pernyataan – 8	0,742
	Pernyataan – 9	0,502



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$
Produk (X <sub>2</sub> )	Pernyataan – 10	0,417
	Pernyataan – 1	0,833
	Pernyataan – 2	0,801
	Pernyataan – 3	0,822
	Pernyataan – 4	0,696
	Pernyataan – 5	0,834
	Pernyataan – 6	0,869
Biaya (X <sub>3</sub> )	Pernyataan – 1	0,564
	Pernyataan – 2	0,798
	Pernyataan – 3	0,704
	Pernyataan – 4	0,857
	Pernyataan – 5	0,820
	Pernyataan – 6	0,786
	Pernyataan – 7	0,720
Kepuasan Nasabah (Y)	Pernyataan – 8	0,688
	Pernyataan – 1	0,920
	Pernyataan – 2	0,736
	Pernyataan – 3	0,915
	Pernyataan – 4	0,789
	Pernyataan – 5	0,588
	Pernyataan – 6	0,828
	Pernyataan – 7	0,768
	Pernyataan – 8	0,913

Dari hasil Tabel 2 diperoleh nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan untuk setiap variabel yang diperoleh berada diatas 0,361 sehingga dapat dikatakan pernyataan yang digunakan dikatakan validitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	10	0,782
Produk (X <sub>2</sub> )	6	0,894
Biaya (X <sub>3</sub> )	8	0,868
Kepuasan Nasabah (Y)	8	0,912

Dari hasil Tabel 3 yang diperoleh dari masing-masing variabel terlihat Cronbach's Alpha berada diatas 0,6 sehingga seluruh pernyataan dari setiap variabel dinyatakan reliabel.

### Analisis Regresi Linear Berganda

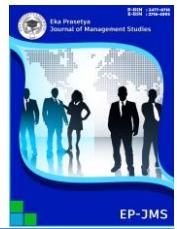
Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini :

**Tabel 4. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda**



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



	Model	Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-3.157	2.127
	Kualitas Pelayanan	.434	.071
	Produk	.507	.121
	Biaya	.181	.103

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut : Kepuasan Nasabah =  $-3,157 + 0,434 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,507 \text{ Produk} + 0,181 \text{ Biaya} + e$  dimana jika nilai variabel bebas ( $X_1$ ) yaitu Kualitas Pelayanan, variabel bebas ( $X_2$ ) yaitu Produk dan variabel bebas ( $X_3$ ) yaitu Biaya bernilai 0 maka Kepuasan Nasabah adalah tetap sebesar -3,157. Setiap peningkatan aspek Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,434. Setiap peningkatan aspek Produk ( $X_2$ ) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,507. Setiap peningkatan aspek Biaya ( $X_3$ ) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,181.

## Uji Hipotesis

**Tabel 5.** Hasil Uji t

		t	Sig.
1	(Constant)	-1.484	.143
	Kualitas Pelayanan	6.097	.000
	Produk	4.179	.000
	Biaya	1.761	.083

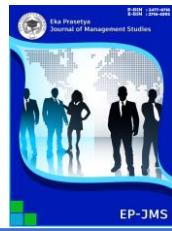
Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} (6,097) > t_{tabel} (1,999)$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , variabel Produk ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} (4,179) > t_{tabel} (1,999)$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  dan Variabel Biaya ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} (1,761) < t_{tabel} (1,999)$  dengan tingkat signifikan  $0,083 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan, Produk, terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa dan Biaya secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa.

Hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji-F) dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut :



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



ANOVA <sup>b</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1520.069	3	506.690	95.434	.000 <sup>a</sup>
	Residual	323.869	61	5.309		
	Total	1843.938	64			

a. Predictors: (Constant), Biaya, Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat nilai Fhitung (95,434) > Ftabel (2,76) dengan signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga disimpulkan terdapat positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan, Produk, Biaya terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan antara lain hasil penelitian memberikan arti bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa. Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa. Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa. Biaya secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa. Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa. Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya. Dari hasil penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa Biaya administrasi tiap bulan pada rekening di Bank Multiarta Sentosa didebet dari rekening nasabah, diharapkan perusahaan selalu dapat menyesuaikan biaya yang timbul agar tidak memberatkan nasabah, Perusahaan selalu menyampaikan setoran awal tabungan Bank Multiarta Sentosa yang terjangkau dibanding produk bank lain. Karyawan diharapkan menjelaskan setiap varian produk yang ada sesuai dengan ketentuan perusahaan, agar konsumen tidak kewalahan dan percaya pada pelayanan perusahaan, Perusahaan menambah keragaman produk untuk menjangkau nasabah yang lebih luas, dengan begitu perusahaan tidak kehilangan nasabah dan menambah nasabah baru. Salah satu cara yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah adalah memberikan salam sebelum melayani nasabah, karyawan yang sopan diharapkan dapat mempererat hubungan nasabah tersebut dengan perusahaan, Perusahaan selalu menggunakan fasilitas yang cukup canggih dan modern, sehingga perusahaan tidak tertinggal dibandingkan dengan perusahaan lain.

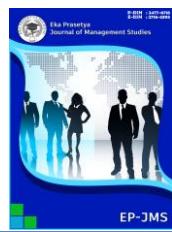
## DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan Kesebelah. Penerbit: Alfabeta. Bandung.



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Dharmawati, M. 2016. Kewirausahaan. Penerbit PT. RajaGrafindo Persada Depok.

Djunaidi, F. G. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih Pada Ketel Walbarua di Desa Ubung. Penerbit Qiara Media, Pasuruan.

Firmansyah, A. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Penerbit Deepublish Publisher Yogyakarta.

\_\_\_\_\_. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.

Herlina, V. 2019. Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.

Indahingwati, A. 2019. Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan SIM Keliling. Penerbit CV. Jakad Publishing Surabaya, Surabaya.

Ismainar, H. 2015. Keselamatan Pasien di Rumah Sakit. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.

Kurniawan, A. R. 2018. Dasar-Dasar Marketing, Segala Hal Tentang Marketing & Sales. Penerbit Quadrant, Yogyakarta.

Malau, Harman. 2018. Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global). Cetakan Kedua. Penerbit Alfabeta.

Manap, A. 2018. Manajemen Kewirausahaan. Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.

Musfar, T. F. 2020. Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Pokok Dalam Manajemen Pemasaran. Penerbit Media Sains Indonesia, Bandung.

Mutiawati, C., Suryani, F. M., Anggraini, R., & Azmeri. 2019. Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.

Pratama, F. A. 2016. Akuntansi Biaya. Yogyakarta : K-Media.

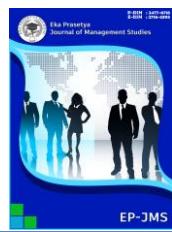
Priyatno, D. 2018. SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.

Rokhman, W. 2016. "Pengaruh Biaya, Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus." Jurnal IQTISHADIA. Jawa Tengah.



# Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Rumastari, R. P., & Sunindyo, A. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, harga dan lokasi terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Uni Ngesrep Semarang." *Jurnal Keunis Majalah Ilmiah*, Semarang.

Santoso, M. 2019. *Loyalitas Nasabah PDBANK PERKREDITAN RAKYAT* Wilayah Cirebon. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.

Sherly., Halim, F., & Butarbutar, M. 2020. *Pemasaran Internasional*. Penerbit Yayasan Kita Menulis, Medan.

Sudarso, A. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi Dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.

Sugiono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Tanjung, A. I., & Zebua, M. 2016. "Pengaruh Suku Bunga, Biaya dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro Pada Bank Danamon Simpan Pinjam Rantauprapat." *Jurnal Ecobisma*. Rantauprapat.

Tjiptono, Fandy. 2017. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_, & Diana, A. 2019. *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.

Wahyudi, S. T. 2017. *Statistika Ekonomi : Konsep, Teori dan Penerapan*. Penerbit UB Press. Jakarta.

Zuhri, N. S. 2017. *Sukses Membangun Wirausaha : Prinsip, Strategi dan Kiat*. Penerbit FokusMedia, Bandung.