

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi

I Komang Triatmadi⁽¹⁾

I Made Astrama⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail: komangtriatmadi7@gmail.com

ABSTRACT

For the benefit of all, groups of individuals create and run cooperatives, which are businesses that offer financial services. The idea of kin-based economic movement serves as the foundation for cooperative activity. Member satisfaction needs to be considered so that cooperatives can continue to exist and compete in the financial world where the level of competition is getting higher. A satisfied membership will undoubtedly have a good effect on the cooperative. Service quality, product quality, and trust are the determinants of satisfaction. The goal of this study is to determine how trust, service, and product quality affect KSP Rahayu Mandiri member satisfaction. Customers of KSP Rahayu Mandiri made up the entire population of this study. 98 participants made up the study's samples, which were selected using the random sampling method and evaluated using various linear regression analytic approaches. According to the study's findings, member satisfaction is positively impacted by service quality. Member satisfaction is positively impacted by product quality. Trust has a positive effect on member satisfaction, suggested KSP. Rahayu Mandiri to improve service quality, product quality and trust so that member satisfaction continues to increase at KSP. Rahayu Mandiri

Keywords: Service Quality, Product Quality, Trust, Member Satisfaction

ABSTRAK

Koperasi adalah organisasi keuangan yang didirikan dan dioperasikan oleh kelompok orang untuk kepentingan bersama. Organisasi ini melandaskan operasinya pada prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berasas kekeluargaan. Kepuasan anggota perlu diperhatikan agar koperasi dapat tetap eksis dan berkompetisi dalam dunia keuangan yang tingkat persaingannya semakin tinggi. Anggota yang kepuasannya terpenuhi tentu akan berdampak positif terhadap koperasi. Adapun faktor yang mempengaruhi Kepuasan, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan berdampak pada kepuasan anggota KSP Rahayu Mandiri. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah di KSP Rahayu Mandiri. Jumlah sampel penelitian adalah 98 orang, yang dipilih melalui metode random sampling, dan analisis regresi linear berganda digunakan. Hasil penelitian ini bahwa KSP. Rahayu Mandiri harus meningkatkan kualitas pelayanan, produk, dan kepercayaan agar anggota lebih puas di KSP. Rahayu Mandiri.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Kepuasan Anggota

Pendahuluan

Sektor jasa keuangan memainkan peran penting dalam ekonomi suatu negara. Seringkali, pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat diukur melalui keberhasilan berbagai sektor jasa

keuangan. Diharapkan industri jasa keuangan dapat meningkatkan kesejahteraan umum dan menjadi berdaya saing di tingkat global sebagai pilar perekonomian nasional. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022), "industri jasa keuangan" adalah kelompok organisasi dan lembaga, termasuk lembaga pendukungnya, yang bekerja dalam industri jasa keuangan. Dalam hal ini, koperasi adalah salah satu lembaga keuangan.

Koperasi adalah organisasi yang menawarkan jasa keuangan kepada kelompok orang yang bekerja sama untuk kepentingan bersama. Konsep dasar dari gerakan ekonomi rakyat yang berbasis kekeluargaan menjadi landasan operasi koperasi. Koperasi simpan pinjam adalah koperasi yang menerima baik simpanan maupun pinjaman. Orang-orang yang menabung atau menyimpan uang akan menerima jasa, dan anggota yang meminjam akan dikenakan biaya. Dari sini, koperasi dapat didefinisikan sebagai dari, oleh, dan untuk anggota.

Produk berkualitas tinggi dapat mempengaruhi kepuasan anggota koperasi. Untuk memenuhi kebutuhan anggota dan menjamin keberlangsungan bisnis, perusahaan harus menyediakan produk berkualitas tinggi. Salah satu produk koperasi adalah tabungan atau simpanan, yang merupakan simpanan yang disetorkan berangsur-angsur ke koperasi dan dapat ditarik oleh anggota yang bersangkutan pada waktunya. Kotler dan Armstrong (2014) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk menunjukkan fungsinya, yang termasuk, tetapi tidak terbatas pada, ketepatan, ketahanan, reliabilitas, kemudahan pengoperasian, dan kemudahan reparasi, di antara atribut lainnya.

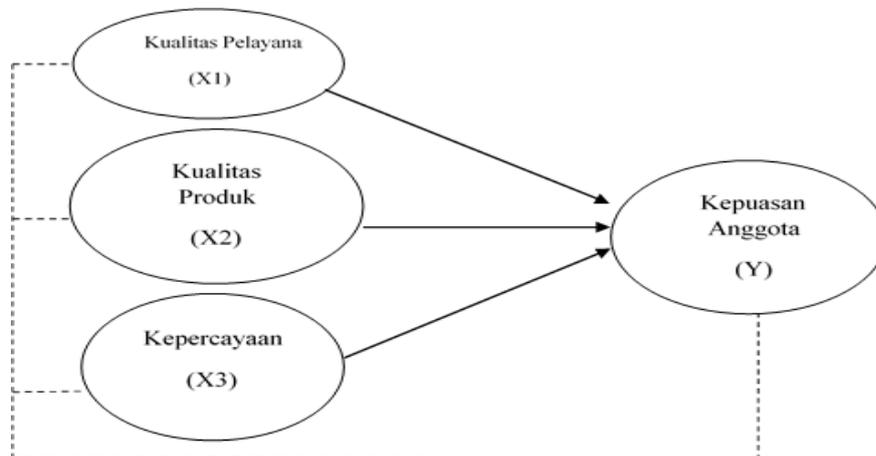
Selain kualitas produk, kepuasan anggota koperasi juga dapat diukur dari kepercayaan anggota terhadap kinerja dan kejujuran pengurus koperasi. Koperasi adalah kelompok orang yang bekerja sama untuk meningkatkan kehidupan ekonomi. Oleh karena itu, para pengurus koperasi harus mampu mempertahankan kepercayaan anggota dengan menjalankan amanah dengan sebaik mungkin. Keinginan pihak untuk mengambil risiko akibat tindakan pihak lain dengan harapan pihak lain akan mengambil tindakan yang penting untuk pihak yang dipercayainya, meskipun mereka tidak memiliki kemampuan untuk memantau dan mengontrol tindakan yang dianggap dapat dipercaya (Mayer et al., dalam Priansa, 2018).

Menurut penelitian Hasil penelitian oleh (Marsono & Nawangsasi, 2018), (Kusumawati, 2021), (Sa'Diyah, 2018), (Aristyanto et al., 2019), dan lainnya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan berperan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Ksp. Rahayu Mandiri Di Pemecutan Kelod, Denpasar Oleh karena itu, hipotesis berikut dapat dinyatakan: H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota KSP. H2: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota KSP. H3: Kepercayaan berpengaruh positif signifikan

terhadap Kepuasan Anggota KSP. H4: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota KSP. Rahayu Mandiri di Pemecutan Kelod, Denpasar.

Metode Penelitian

Studi asosiatif kausalitas ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota pada KSP. Rahayu Mandiri di Pemecutan Kelod, Denpasar. Berikut adalah kerangka konseptual yang mencakup hubungan antara variabel-variabel yang diteliti yang meliputi: Kualitas pelayanan (X₁), Kualitas Produk (X₂), Kepercayaan (X₃) dan Kepuasan Anggota (Y). Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1 Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.566	Valid
		X1.2	0.703	
		X1.3	0.555	
		X1.4	0.383	
		X1.5	0.435	
		X1.6	0.635	
		X1.7	0.567	
		X1.8	0.360	
		X1.9	0.707	
		X1.10	0.620	
2	Kualitas Produk (X2)	X2.1	0.399	Valid
		X2.2	0.523	
		X2.3	0.373	
		X2.4	0.505	
		X2.5	0.407	
		X2.6	0.546	
		X2.7	0.445	
		X2.8	0.420	
		X2.9	0.430	
		X2.10	0.422	
		X2.11	0.409	
		X2.12	0.370	
		X2.13	0.461	
		X2.14	0.429	
3	Kepercayaan (X3)	X3.1	0.724	Valid
		X3.2	0.734	
		X3.3	0.696	
		X3.4	0.788	
		X3.5	0.706	
		X3.6	0.695	
4	Kepuasan Anggota (Y)	Y1.1	0.526	Valid
		Y1.2	0.660	
		Y1.3	0.718	
		Y1.4	0.323	
		Y1.5	0.559	
		Y1.6	0.698	
		Y1.7	0.694	
		Y1.8	0.318	

Sumber: Data Diolah (2023)

Tabel 2 Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0.895	Reliabel
2	Kualitas Produk (X2)	0.605	
3	Kepercayaan (X3)	0.909	
4	Kepuasan Anggota (Y)	0.873	

Berdasarkan hasil dari uji instrumen yang penyebaran kuesioner pada 98 orang responden seperti pada harga, promosi penjualan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan valid karena memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 dan semua instrument untuk semua variabel adalah reliabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar daripada 0,60. Dengan demikian semua instrument dinyatakan reliabel.

Tabel 3 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.752	3.169		1.815	.073
Kualitas Pelayanan	.235	.100	.259	2.350	.021
Kualitas Produk	.121	.060	.196	2.014	.047
Kepercayaan	.352	.139	.306	2.537	.013
R					.657
R Square					.431
Adjusted R Square					.413
Uji F					23.757
Sig. Model					.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: Data Diolah (2023)

Hasil dari penelitian t menunjukkan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 2.350, dengan tingkat signifikansi 0,021 kurang dari 0,05. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada KSP.Rahayu Mandiri secara parsial berkontribusi secara positif dan signifikan pada kepuasan anggota. Dengan kata lain, jika pelayanannya baik, kepuasan anggota juga akan meningkat. Studi menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, sopan, dan agamis dapat meningkatkan kepuasan anggota KSP.Rahayu Mandiri. Oleh karena itu, KSP.Rahayu Mandiri terus mengevaluasi dan meningkatkan layanan yang diberikan kepada kliennya. Kepercayaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan yang dimiliki pelanggan ketika mereka dapat memahami ide-ide mereka dengan mengingat peristiwa yang sama dari pelaku pasar dan teman-teman mereka. Kepuasan dapat memicu keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dengan menghilangkan keraguan.

Hasil penelitian t menunjukkan koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 2.014, dengan tingkat signifikansi 0,047 di bawah 0,05. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berkontribusi secara positif dan signifikan pada kepuasan anggota. Dengan

kata lain, jika produk yang dijual oleh KSP.Rahayu Mandiri berkualitas tinggi, maka kepuasan anggota juga akan meningkat. Anda dapat memperoleh kepuasan pada KSP.Rahayu Mandiri dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi. Karena anggota pasti menginginkan produk berkualitas tinggi untuk membantu pekerjaan mereka. Pengaruh kualitas produk sangat penting; produk berkualitas tinggi akan mendapatkan perhatian konsumen, dan produk berkualitas rendah akan memiliki permintaan yang lebih rendah. Produk berkualitas tinggi akan dipilih oleh konsumen jika

Koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar 2.537 dan tingkat signifikansi sebesar $0,013 < 0,05$ menunjukkan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Hal ini berarti jika kualitas produk pada KSP.Rahayu Mandiri jika menimbulkan kepercayaan dari anggota, maka kepuasan anggota juga akan meningkat. Faktor-faktor seperti contoh pengurus dan kemudahan dapat membentuk kepercayaan anggota tersebut. Pengurus harus memberikan contoh yang baik kepada rekan mereka dalam setiap kegiatan koperasi. Keteladanan pengurus akan menumbuhkan kepercayaan anggota terhadap pengurus dan koperasi.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai uji F adalah 23,757 dan signifikansi F adalah 0,000 kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, produk, dan kepercayaan secara bersamaan berdampak positif dan besar pada kepuasan anggota. Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terdiri dari pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyampaian yang tepat waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut pepatah, pelanggan adalah raja dan harus dilayani sebaik mungkin. juga sering didengar. Dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan, kualitas layanan, produk, dan kepercayaan diharapkan dapat menarik pelanggan untuk kembali membeli produk yang kita tawarkan..

Simpulan

Hasil analisis data dan diskusi membuat kesimpulan berikut: Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini menandakan kualitas pelayanan pada KSP. Rahayu Mandiri memiliki pelayanan yang baik, maka keputusan kepuasan anggota juga akan meningkat. Kualitas produk berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika kualitas produk pada KSP.Rahayu Mandiri jika memiliki kualitas produk yang baik, maka kepuasan anggota juga akan meningkat. Kepercayaan secara parsial berkontribusi secara positif dan signifikan pada kepuasan anggota. Hal ini menandakan jika kualitas produk pada KSP.Rahayu Mandiri jika menimbulkan kepercayaan dari anggota, maka kepuasan anggota juga akan meningkat.

Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan anggota. KSP. Rahayu Mandiri.

Daftar Pustaka

- Adiana, I Ketut. (2018). Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Komitmen Organisasi terhadap Kepuasan Nasabah pada KSP. Segara Amerta Sedana di Gianyar. *Skripsi*. Universitas Hindu Indonesia.
- Agung, Ahmad. (2017). *Ekonomi Koperasi dan UMKM*. Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari.
- Andriani, N. W. T., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(7), 1424-1436.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Aristyanto, E., Hasan, A. F., & Surya, A. N. (2019). Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Surabaya. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 3(1), 1–18. <https://doi.org/10.21070/perisai.v3i1.1981>
- Barnes, Aristyanto et al. (2019). Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Surabaya. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 3 (1): 1. pp. 1-18. ISSN 2503-3077
- Boonlertvanich, K. (2019). Service quality, satisfaction, trust, and loyalty: the moderating role of main-bank and wealth status. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 278–302
- Chamdan, Purnama. (2013). Influence Analysis of Organizational Culture Organizational Commitment Job and Satisfaction Organizational Citizenship Behavior (OCB) Toward Improved Organizational Performance. *International Journal of Business, Humanities and Technology*. 3(5): pp: 86-100.
- Erni, Nofi, Sriwana, Iphov Kumala dan Karisa, Debby. (2013). “Peningkatan Kualitas Jasa Pelayanan Dengan Metode Servqual Dan Quality Function Deployment.” *Jurnal Teknik Industri Universitas Esa Unggul Dan Jurnal Teknik Industri Universitas Tarumanegara*. Jakarta.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fitzsimmons, James A and Mona. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology 7th edition*. The McGraw Hill Internation Edition.
- Fullerton dan Taylor, Denis et al. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian (persero) cabang Karombasan Manado. *Skripsi*. Universitas Sam Ratulangi.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Goetsch dan Davis. (2013). *Quality Management*, Fourth Edition, Cram101 incorporated.
- Ichsan, R. N., & Karim, A. (2021). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54-57.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat
- Khuswati, E., & Relita, D. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam (Ksp) Bhakti Lestari Kecamatan Sungai Tebelian. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(2), 89–98. <https://doi.org/10.31932/jpe.v4i2.594>

- Kotler & Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited, New Jersey.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Kusdayanti, N. (2016). Pengaruh Citra Koperasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Setia Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 5(2), 124-131.
- Kusumawati, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Bmt Nu Sejahtera Mijen Semarang. *Equilibria Pendidikan*, 6(2), 57-64.
- Lupiyoadi R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Mandiri, A. C., Efriyanto, E., & Metekohy, E. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account*, 8(1), 1423-1430. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3874>
- Mariana, L., Faisal, F., & Sukarna, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menabung di KSPPS Khairu Ummah Cabang Puraseda Bogor. *Economic Reviews Journal*, 2(2), 124-144. <https://doi.org/10.56709/mrj.v2i2.52>
- Marsono, M., & Nawangsasi, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Insap. 1*, 1-14.
- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sulsebar. *Jurnal Manajemen*, 2(2), 119. <https://doi.org/10.26858/jm.v2i2.42329>
- Mowen, J.C., & Minor, M. (2012). *"Perilaku Konsumen."* Jakarta: Erlangga.
- Moorman et al, Aristyanto et al (2019) Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Surabaya. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 3 (1): 1. pp. 1-18. ISSN 2503-3077.
- Muharam dan Soliha. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK ke-3 (Sendi_U)*.
- Murni. (2016). Pengaruh Komitmen, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) tbk kantor wilayah Makassar. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022) *Jasa Keuangan*, <https://www.ojk.go.id/id/SitePages/search.aspx?k=jasa%20keuangan>
- Omoregie, Addae, Coffie, Ampong and Ofori, 2019. "Factors influencing consumer loyalty: evidence from the Ghanaian retail banking industry", *International Journal of Bank Marketing*, <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2018-0099>
- Priansa, D. J. (2018). *Perilaku Konsumen Dalam Bersaing Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sa'Diyah, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi "Sumber Makmur" Berbasis Syariah Di Desa Sumberbening Kecamatan Bringin Kabupaten Ngawi. *Transcommunication*, 53(1), 1-8.

-
- <http://www.tfd.org.tw/opencms/english/about/background.html><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024>
- Samtono. 2018. Pengaruh Partisipasi Anggota, Iklim Organisasi, Terhadap Kepuasan Anggota Yang Dimediasi Kinerja Pengurus Sebagai Variabel Intervening Pada Koperasi Dwipanti Kota Salatiga Tahun 2018. *Jurnal Ilmiah Among Makarti* Vol. 11 No. 21.
- Santoso, Singgih. (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sobandi & Somantri. 2020. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *IMWI Student Research Journal*.
- Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book Of SPSS*. Yogyakarta: STARTUP.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta.
- Sukanti. (2021). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima. Edisi 2* Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik. Edisi ke-3*. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Umboh, V. J., & Mandey, S. L. (2014). Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Teling. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Wahab, W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 51–66. <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/78>
- Weenas, Jackson R.S. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA vol.1 no.4 Desember2013*.