



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA DAN CALON ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM JASA CABANG PURWOKERTO

Tazauna Farisky Basit Pratama

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima September 2012
Disetujui Oktober 2012
Dipublikasikan November 2012

Keywords:
Service Quality; Customer Value; Satisfaction

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto baik secara parsial maupun secara simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 96 anggota dan calon anggota, menggunakan teknik pengambilan sampling non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis deskriptif presentase dan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan uji t, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota secara parsial diperoleh nilai 3,662, sedangkan pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota secara parsial diperoleh nilai 5,781. Secara simultan pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota berdasarkan uji F diperoleh nilai 44,681. Penelitian ini menyimpulkan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto baik secara parsial maupun simultan.

Abstract

The purpose of this research was to know the influence of service quality and customer value to members and member candidates satisfaction of the Kospin JASA in Purwokerto, either partially or simultaneously. The population in this study was a member and member candidate of Kospin JASA in Purwokerto. The number of samples used in research were as much as 96 members and member candidates, used the taking technique using a non probability sampling with purposive sampling approach. Data collection method using the questionnaire. Analysis data using a descriptive percentage analysis and multiple linear regression analysis. Based on the research results, there are known the influence of service quality and customer value to members and members candidates satisfaction either partially or simultaneously. Based on the t test, the influence of service quality to members and member candidates satisfaction obtained partially 3,662, while the influence of customer value to members and member candidates satisfaction obtained partially 5,781. Based on the F test, the influence of service quality and customer value to members and members candidates satisfaction values obtained simultaneously 44,681. This research concluded that the service quality and customer value had positive and significant effect to the members and members candidate satisfaction of the Kospin JASA in Purwokerto, either partially or simultaneously.

© 2012 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung C6 Lantai 1, Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
Email: manajemen@unnes.ac.id

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar, sehingga terjadilah persaingan antar perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis selain aspek profitabilitas adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan (Tjiptono, 2001). Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun (2010) mengatakan, dalam persaingan pasar yang kompetitif kepuasan pelanggan dipandang sebagai pembeda yang penting dan menjadi elemen inti dari strategi bisnis.

(Yi, 1991; Anderson dan Sullivan, 1993; Boulding et al, 1993; Fornell, 1992; Bolton, 1998) dalam (Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun, 2010) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi akan mengakibatkan kepuasan pelanggan yang lebih baik yang selanjutnya berimbas pada tingkat pendapatan di masa depan. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan jasa karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik, ada lima dimensi SERVQUAL kualitas pelayanan yang baik menurut Parasuraman. et. al (1990) dalam Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun (2010) yaitu : *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (perhatian yang bersifat individu).

Dalam menggunakan suatu produk atau jasa, konsumen akan membandingkan antara biaya atau usaha yang dikeluarkan dengan manfaat atau keuntungan yang telah diperoleh konsumen sehingga tercipta nilai pelanggan. Nilai bagi pelanggan adalah selisih antara nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total. Nilai pelanggan total (*total customer value*) adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu (Kotler, 2005). Karakteristik kualitas pada kepuasan pelanggan secara tidak langsung dipengaruhi oleh nilai pelanggan (Caruana et al, 2000; Varki & Colgate, 2001) dalam (Nek Kamal Yeop Yunus, Azman Ismail, Zubrina Ranee Juga dan Salomawati Ishak, 2009). Ada empat dimensi nilai pelanggan (PERVAL) yang dikembangkan oleh Sweeney dan

Soutar (2001), antara lain : nilai emosional (*emotional value*), nilai sosial (*social value*), nilai kualitas/performa jasa(*quality/ performance value*), nilai terhadap biaya (*price/value for money*).

Keberhasilan Kospin JASA sebagai koperasi simpan pinjam terbesar di Indonesia dan salah satu cabangnya yang berdiri di Purwokerto tak lepas dari pengelolaan dan manajemen yang baik serta kepercayaan masyarakat terhadap Koperasi tersebut. Oleh karena itu Kospin JASA sangat memprioritaskan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan serta dengan memberikan fasilitas-fasilitas lain yang tidak dimiliki oleh pesaing tentunya yang akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh pelanggan. Kospin JASA merupakan koperasi pertama yang menerbitkan fasilitas ATM dan sistem *online* pada tiap kantornya, sehingga memudahkan para anggota dan calon anggotanya dalam memanfaatkan jasa di Kospin JASA. Berkaitan dengan aspek sosial, Kospin JASA telah melakukan berbagai kegiatan CSR (*Corporate social responsibility*), diantaranya membantu korban bencana alam, membangun masjid, membangun pondok pesantren, memberikan beasiswa pada anak karyawan dan memberangkatkan haji karyawan, dengan begitu akan secara tidak langsung akan meningkatkan nilai Kospin JASA dimata anggota dan calon anggotanya.

Secara umum jumlah simpanan dan pinjaman Kospin JASA Cabang Purwokerto mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Namun jika dilihat dari pencapaian target yang ditetapkan, realisasi target simpanan maupun injaman Kospin JASA Cabang Purwokerto mengalami fluktiasi dari waktu ke waktu bahkan cenderung mengalami penurunan. Sesuai teori yang telah dikemukakan, seharusnya Kospin JASA Cabang Purwokerto mengalami peningkatan baik kualitas jumlah simpanan dan pinjaman maupun peningkatan pencapaian target yang telah ditetapkan, namun

kenyataannya peningkatan kualitas jumlah simpanan dan pinjaman yang terjadi tidak diikuti dengan pencapaian target yang telah ditetapkan, bahkan dalam tiga tahun terakhir prosentase pencapaian simpanan maupun pinjaman cenderung mengalami penurunan secara signifikan.

Rumusan masalah yang muncul pada penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto baik secara parsial maupun simultan

Sedangkan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto baik secara parsial maupun simultan.

METODE PENELITIAN

Populasi dari penelitian ini adalah anggota dan calon anggota Koperasi Simpan Pinjam JASA Cabang Purwokerto. Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan pendekatan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. *Data primer diperoleh dari hasil observasi secara langsung, wawancara dan penyebaran angket kepada pihak yang terkait* (Sugiyono, 2004). Data primer dari penelitian ini berasal dari kuesioner yang diisi oleh responden (anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto), meliputi: identitas dan tanggapan responden. Selanjutnya, data sekunder adalah sumber data

yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2004). Data ini berupa data proyeksi dan pencapaian simpanan pinjaman Kospin JASA Cabang Purwokerto dan gambaran umum perusahaan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner, metode dokumentasi dan metode wawancara. Metode kuesioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Supardi, 2005). Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang telah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan (Suharsimi 2006). Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya (Suharsimi, 2006). Data yang didapat digunakan sebagai pendukung data penelitian. Sedangkan metode wawancara atau interview adalah suatu cara mengumpulkan data dengan dialog langsung yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Suharsimi, 2006). Metode ini digunakan sebagai metode penunjang dalam melengkapi data yang diperoleh dari dokumentasi dan kuesioner.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006). Dari hasil uji validitas yang dilakukan dengan program SPSS, diketahui bahwa item pertanyaan dalam penelitian ini adalah valid seperti terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Item	r_{hitung} (<i>Corrected Item-Total Correlation</i>)	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0,781	0,361	Valid
2	0,510	0,361	Valid
3	0,649	0,361	Valid
4	0,545	0,361	Valid
5	0,452	0,361	Valid
6	0,555	0,361	Valid
7	0,670	0,361	Valid
8	0,795	0,361	Valid
9	0,580	0,361	Valid
10	0,603	0,361	Valid
11	0,608	0,361	Valid
12	0,467	0,361	Valid
13	0,473	0,361	Valid
14	0,448	0,361	Valid
15	0,537	0,361	Valid
16	0,406	0,361	Valid
17	0,505	0,361	Valid
18	0,389	0,361	Valid
19	0,458	0,361	Valid
20	0,599	0,361	Valid
21	0,519	0,361	Valid
22	0,459	0,361	Valid
23	0,435	0,361	Valid
24	0,507	0,361	Valid
25	0,449	0,361	Valid
26	0,655	0,361	Valid
27	0,750	0,361	Valid
28	0,648	0,361	Valid
29	0,647	0,361	Valid
30	0,709	0,361	Valid
31	0,571	0,361	Valid
32	0,477	0,361	Valid
33	0,724	0,361	Valid
34	0,768	0,361	Valid

Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. (Ghozali, 2006). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2006). Dari hasil pengujian reliabilitas disimpulkan bahwa angket dari ketiga variabel dalam penelitian ini reliabel seperti terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2
Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Kepuasan

No	Varia-bel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha yang disyaratkan
1.	Kuali-tas Pelay-anan	0,901	> 0,60
2.	Nilai Pelang-gan	0,817	> 0,60
3.	Kepua-san	0,889	> 0,60

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan menjabarkan mengenai hasil perhitungan dari analisis kualitatif serta menggambarkan secara jelas kondisi yang ada dalam objek dan digunakan untuk mengetahui dan menganalisis data mengenai kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto.

Uji Asumsi Klasik digunakan untuk melihat kelayakan sebuah model regresi. Dalam uji asumsi klasik terdapat uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel (*independent variable*). Sedangkan uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen (kualitas layanan dan nilai nasabah) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut : $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + ei$

Uji Statistik t (Uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel

independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Sedangkan uji signifikansi F (Uji F) meliputi pengujian signifikansi persamaan regresi sejauh mana variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat (Ghozali, 2006).

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan diketahui dari 96 responden secara klasikal persentasi kualitas pelayanan sebesar 78,5% dan termasuk dalam setuju. Hasil analisis deskriptif variabel nilai pelanggan secara klasikal persentasi nilai pelanggan sebesar 75,8% dan termasuk dalam kriteria setuju. Sedangkan berdasarkan analisis deskriptif variabel kepuasan secara klasikal persentasi nilai terhadap biaya sebesar 81,4% dan termasuk dalam kriteria setuju.

Pada hasil uji asumsi klasik, untuk hasil uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.647		2.745		.1329 .187
X1	.164		.045	.312	3.662 .000
X2	.398		.069	.492	5.781 .000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas variabel X_1 dan variabel X_2 diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan $sig = 0,000 < 5\%$. Ini berarti kedua variabel independen secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Pada variabel kualitas pelayanan, indikator yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota dan calon anggota adalah indikator jaminan dengan, hal ini karena Kospin JASA mempunyai reputasi yang sangat baik dimana Kospin JASA adalah koperasi terbesar dan terbaik di Indonesia dan masuk dalam koperasi tingkat dunia sehingga dapat memberikan rasa aman kepada anggota dan calon anggotanya untuk menggunakan layanan dan produk jasa dari Kospin JASA, selain itu dikarenakan oleh profesionalisme manajemen Kospin JASA Cabang Purwokerto dalam memberikan pelayanan kepada anggota dan calon anggotanya, sedangkan indikator dari variabel kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh dengan persentase paling sedikit adalah indikator bukti fisik, kondisi gedung, ruangan, dan peralatan-peralatan penunjang kegiatan yang dinilai belum sempurna oleh anggota dan calon anggotanya, hal ini karena kondisi cat gedung bagian luar yang sudah mulai usang, tata ruang yang masih belum rapi dan peralatan penunjang kegiatan operasional yang belum lengkap. Secara par-

sial penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun (2010) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan. Selain itu penelitian ini juga dikuatkan oleh hasil penelitian yang dilakukan Heryanto (2011) yakni kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Gronroos, 1984; Parasuraman et al, 1988; Walker et al, 2006) dalam Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun (2010) juga menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian ini yakni kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada variabel nilai pelanggan, indikator yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota dan calon anggota adalah indikator nilai emosional, hal ini dikarenakan fitur produk jasa yang diberikan oleh Kospin JASA Cabang Purwokerto dapat memberikan rasa senang dan puas bagi anggota dan calon anggota, selain itu karena manajemen Kospin JASA Cabang Purwokerto dapat menjaga hubungan baik dengan anggota dan calon anggotanya, sedangkan indikator dari variabel nilai pelanggan yang memiliki pengaruh dengan persentase paling sedikit adalah indikator nilai kualitas/performa jasa. Kinerja layanan

yang diberikan Kospin Jasa Cabang Purwokerto dirasa belum maksimal oleh anggota dan calon anggotanya hal ini karena persaingan antar lembaga keuangan saat ini semakin meningkat sehingga standar kinerja layanan lembaga keuangan semakin meningkat pula. Kemanfaatan produk jasa yang ditawarkan secara keseluruhan dari sudut pandang sebagian anggota dan calon anggotanya dianggap belum optimal, karena pada umumnya anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto belum sepenuhnya mengetahui keunggulan dan kelemahan berbagai macam produk jasa yang ditawarkan. Secara parsial hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Alida Palilati (2007) yakni nilai pelanggan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan.

Hasil uji signifikansi F (Uji F) yang merupakan pengujian signifikansi persamaan regresi sejauh mana variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	473.847	2	236.924	44.681	.000 ^b
	Residual	493.142	93	5.303		
	Total	966.990	95			

a. Predictors: (Constant),

X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F hitung $>$ nilai F tabel dan $sig = 0,000 < 5\%$ ini berarti kedua variabel independen secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nek Kamal Yeop Yunus, Azman Ismail, Zubrina Ranee Juga and Salomawati Ishak (2009) yang menyatakan nilai pelanggan dengan dimensi kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil dari koefisien determinasi ganda (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 9

Koefisien Determinasi Ganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.490	.479	2.30274

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Pada tabel di atas diperoleh nilai $Adjusted R^2 = 0,479 = 47,9\%$ ini berarti variabel bebas kualitas pelayanan dan nilai pelanggan, secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan anggota dan calon anggota sebesar 47,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Sedangkan hasil dari koefisien determinasi parsial (r^2) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10

Koefisien Determinasi Parsial

Model	Coefficients ^a			Correlations		
	Unstandardized Coefficients		Sig.	Zero-order	Partial	Part
	B	Std. Error				
1 (Constant)	3.647	2.745		1.329	.187	
X1	.164	.045	.312	3.662	.000	.554
X2	.398	.069	.492	5.781	.000	.514

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas, diketahui besarnya $r^2 X_1 (0,355)^2$ dan besarnya pengaruh $X_2 (0,514)^2$. Ini menunjukkan bahwa X_2 berpengaruh lebih besar terhadap Y.

Dari kedua variabel independen yang diuji secara individual yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto adalah nilai pelanggan, hal ini karena kinerja layanan dan produk jasa yang diberikan oleh Kospin JASA Cabang Purwokerto secara umum dapat memenuhi harapan anggota dan anggotanya. Variabel berikutnya yang juga mempengaruhi kepuasan anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kospin JASA Cabang Purwokerto secara umum dapat menciptakan persepsi bagi anggota dan calon anggotanya bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kospin JASA Cabang Purwokerto termasuk baik, dengan persepsi baik yang timbul dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kospin JASA Cabang Purwokerto maka berakibat pada munculnya kepuasan bagi anggota dan calon anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pema-

hasan, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota dan Calon Anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto baik secara parsial maupun simultan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunannya, penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa tersusunnya jurnal ini bukan hanya atas kemampuan penulis semata, namun juga berkat bantuan dari seluruh pihak. Maka penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada : Prof. Dr. Sudijono Sastroatmodjo, M.Si. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi strata satu di Universitas Negeri Semarang; Drs. Martono, M. Si. dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang; Dra. Palupiningdyah, M. Si Plt. Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang; Drs. Wahyono, MM dan Dra. Suhermini, M.Si pembimbing I dan II; Sri Wartini, SE, M.M. penguji yang telah memberikan masukan dan atas segala bimbingannya; Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen; Bapak H. Isabudin Pimpinan Cabang Kospin JASA Cabang Purwokerto beserta staff dan karyawan; Anggota dan Calon Anggota Kospin JASA Cabang Purwokerto dan Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cetakan Ke Dua Belas. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Heryanto. 2011. "Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction With Bank Nagari Main Branch Padang". International Journal of Business and Management Tomorrow. Vol 1. No 2.
- Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun. 2010. "Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia". International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 1, No. 4, October 2010.
- Jillian C. Sweeney dan Geoffrey N. Soutar. 2001. "Consumer perceived value: The development of a multiple item scale". Journal of Retailing 77 203–220.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran Edisi Millennium*. Jakarta : Indeks.
- , 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 2*. Jakarta : Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Lupiyoadi, Rambat & Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba empat.
- Nek Kamal Yeop Yunus, Azman Ismail, Zubrina Rane dan Salomawati Ishak. 2009. "Service Quality Dimensions, Perceive Value and Customer Satisfaction: ABC Relationship Model Testing". IBEJ Vol.2 Issue No.1 (2009)01-18.
- Paliati, Alida. 2007. "Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan". Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.
- Rangkuti, Fredy, 2002, *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Jakarta.
- Supardi. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: UII Press.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- , 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi.
- www.kospinjasa.com

