



Jasiora : Vol 3 No 2 Juni 2019

## JASIORA

Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora  
(<http://jurnal.stiasetihsetiomb.ac.id/index.php/admngnr/index>)



# Pengaruh Fungsi Komunikasi dan Kepuasan Kerja Karyawan Terhadap Pemberian Pelayanan Nasabah PT. BPR LPN Talawi Sakato

Susriyanti<sup>1</sup>, Rio Nardo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Putra Indonesia, E-mail: susriyanti@upiyptk.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Putra Indonesia, E-mail: rionardo90.sgi5@gmail.com

### Info Artikel

Masuk: 24 Juni 2019

Diterima: 26 Juni 2019

Terbit: 30 Juni 2019

#### Keywords:

Communication Function, Job Satisfaction, and Customer Service Delivery

#### Kata kunci:

Fungsi Komunikasi, Kepuasan Kerja, Dan Pemberian Pelayanan Nasabah

#### Corresponding Author:

Susriyanti, E-mail:  
susriyanti@upiyptk.ac.id

### Abstract

*This study aims to see the extent to which the function of communication and job satisfaction of employees towards providing customer service PT. BPR LPN Talawi Sakato. The variables examined in this study include the function of communication and job satisfaction in terms of its relevance to providing customer service in a company. Respondents in this study were all 18 BPR LPN Talawi Sakato employees. The results of the statistical t test in this study explain that the communication function variable has a significant effect on the provision of customer service as evidenced by the value  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.537 > 1.73961$ ) and the significance value of  $0.023 < \alpha 0.05$ . Job satisfaction variables have a significant effect on customer service delivery as indicated by the value  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.747 > 1.73961$ ) and a significance value of  $0.015 < \alpha 0.05$ . The statistical f test results conclude that the communication function variables and job satisfaction together influence on the provision of customer service at the BPR LPN Talawi Sakato Office as evidenced by the significance value of  $0.000 < 0,05$  and the value of  $F_{hitung} 18,411 > F_{table} 2.64$ . The test results of the determinant coefficient are that the magnitude of the influence of the independent variables on the dependent variable is 71.1%, the remaining 28.9% is influenced by other variables not included in the research model.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana fungsi komunikasi dan kepuasan kerja karyawan terhadap pemberian pelayanan nasabah PT. BPR LPN Talawi Sakato. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini mencakup fungsi komunikasi dan kepuasan kerja dalam hal keterkaitannya dengan pemberian pelayanan nasabah di sebuah perusahaan. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan BPR LPN Talawi Sakato yang berjumlah 18 orang. Hasil uji t *statistic* dalam penelitian ini menjelaskan bahwa variabel fungsi komunikasi berpengaruh

DOI : 10.5281/zenodo.3258086

signifikan terhadap pemberian pelayanan nasabah yang dibuktikan oleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,537 > 1,73961$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,023 < \alpha 0,05$ . Variabel kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap pemberian pelayanan nasabah yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,747 > 1,73961$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,015 < \alpha 0,05$ . Hasil uji f statistik menyimpulkan bahwa variabel fungsi komunikasi dan kepuasan kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap pemberian pelayanan nasabah pada Kantor BPR LPN Talawi Sakato yang dibuktikan oleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 18,411 > F_{tabel} 2,64$ . Hasil uji koefisien determinansi adalah bahwa besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 71,1%, sisanya sebesar 28,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

## 1. Pendahuluan

Karyawan merupakan aset perusahaan yang sangat berharga yang harus dikelola dengan baik oleh perusahaan agar dapat memberikan kontribusi yang optimal. Salah satu hal yang harus menjadi perhatian utama perusahaan adalah kepuasan kerja para karyawannya, karena karyawan yang dalam bekerja mereka tidak merasakan kenyamanan, kurang dihargai, tidak bisa mengembangkan segala potensi yang mereka miliki, maka secara otomatis karyawan tidak dapat fokus dan berkonsentrasi secara penuh terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja pegawai menurut Hariadja dapat dilihat bahwa “pekerjaan tidak hanya sekedar melakukan pekerjaan, tetapi terkait juga dengan aspek lain seperti melakukan interaksi dengan teman sekerja, atasan, mengikuti aturan-aturan dan lingkungan kerja tertentu yang seringkali tidak memadai atau kurang disukai”.<sup>1</sup>

Kepuasan kerja pada dasarnya merupakan hal yang bersifat individual, setiap individual memiliki tingkat kepuasan kerja yang berbeda-beda sesuai dengan keinginan dan sistem nilai yang dianutnya.<sup>2</sup> Semakin banyak aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan dan sistem nilai yang dianut individu, semakin tinggi tingkat kepuasan yang didapat. Demikian pula sebaliknya, semakin banyak aspek dalam pekerjaannya yang tidak sesuai dengan keinginan dan sistem nilai yang dianut individu, semakin rendah tingkat kepuasan yang didapat. Kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan dengan bagaimana para pekerja memandang pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya yang dapat terlihat dari sikap karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu di lingkungan pekerjaannya. Semua jenis perusahaan sebenarnya membutuhkan suatu sistem kerja yang secara serius memperhatikan hal kepuasan kerja para karyawannya.

Aspek-aspek yang dapat membentuk kepuasan kerja karyawan antara lain faktor individual (umur, jenis kelamin, sikap pribadi terhadap pekerjaan), faktor hubungan antar karyawan (hubungan antar manajer dan karyawan, hubungan sosial antar sesama karyawan, sugesti dari teman sekerja, faktor fisik dan kondisi tempat kerja, emosi dan situasi kerja) faktor eksternal (keadaan keluarga, rekreasi, pendidikan). Aspek tersebut memberikan motivasi agar kepuasan kerja tercapai bagi karyawan. Dan yang berkewajiban memenuhi tercapainya kepuasan kerja tersebut adalah setiap pimpinan perusahaan, karena kepuasan kerja merupakan faktor yang diyakini dapat memotivasi semangat kerja karyawan agar karyawan dapat memberikan hasil yang terbaik bagi perusahaan sehingga kinerja perusahaan

<sup>1</sup> Hariadja, Marihot T.E, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta, Grasindo, 2002, hal. 29

<sup>2</sup> Handoko, T. Hani, *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, Edisi II. Cetakan Keempat Belas, BPFE, Yogyakarta, 2000, hal. 192

dapat ditingkatkan.

Kepuasan kerja juga mempunyai arti penting untuk aktualisasi diri karyawan. Karyawan yang tidak mendapatkan kepuasan kerja tidak akan mencapai kematangan psikologis. Karyawan yang mendapatkan kepuasan kerja yang baik biasanya mempunyai catatan kehadiran, perputaran kerja dan presentasi kerja yang baik dibandingkan dengan karyawan yang tidak mendapatkan kepuasan kerja. Kepuasan kerja memiliki arti yang sangat penting untuk memberikan situasi yang kondusif di lingkungan perusahaan.

Kualitas pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor yang sangat penting. Pentingnya kualitas pelayanan dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran, terlihat dari manajemen pemasaran, kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing-mix*) yaitu pelayanan, produk, harga promosi dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan. Jika dilihat dari sudut pandang manajemen operasional, kualitas pelayanan merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan yang harus memberikan kepuasan kepada konsumen dapat melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas pelayanan dari pesaing sehingga dapat terpenuhi kepuasan pelanggannya.

Oleh karena itu, mendahulukan kepuasan pelanggan adalah *itikad* yang mengagumkan, sebaik apa sebuah perusahaan yang diajak berbisnis biasanya tergantung pada orang-orang yang dipekerjakannya. Pengetahuan dan keahlian karyawan sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan atau kepuasan pelanggan. Pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada perusahaan, sedangkan untuk kepuasan pelanggan yaitu dapat mendefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi atau dirasakan.

Dalam era kompetensi bisnis yang ketat seperti sekarang ini, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segalanya kepada pelanggan. Usaha untuk memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan dengan cara menguntungkan yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada yang dirugikan. Tuntutan masyarakat atas peningkatan taraf hidup, regulasi dari pemerintah mengenai hak-hak pelanggan, juga semakin kompleks kegiatan bisnis serta terjadinya ledakan data dan informasi, berimplikasi kepada keharusan dalam perbaikan mutu layanan dan perbaikan kinerja pemberi jasa yaitu pegawai Bank.

Pelayanan dan kepuasan pelanggan berkaitan erat, pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam rangka memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam pertumbuhan perkembangan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan terutama dengan posisi sebagai *front liner*, yang mana hampir keseluruhan karyawan BPR berperan sebagai *front liner*, *front liner* staf adalah sumber daya manusia yang dimiliki bank sebagai ujung tombak perusahaan dan sangat berperan dalam melayani nasabah seperti *teller*, *customer service*, *account officer dana*, *account officer kredit*. PT. BPR LPN Talawi Sakato sebagai salah satu lembaga keuangan kepercayaan masyarakat harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan bagi nasabahnya. Pelayanan yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan nasabah yang tinggi pula. Oleh karena itu, program

penyempurnaan pelayanan masyarakat umumnya akan meningkatkan profitabilitas, perbaikan pelayanan merupakan komitmen total dari petugas bank, karyawan harus bekerja selaku *team work* untuk memuaskan pelanggan.

PT. BPR LPN Talawi Sakato merupakan salah satu lembaga keuangan secara berkala melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanan *front liner* dengan tujuan agar dapat meningkatkan berbagai kualitas layanan, terutama pada layanan *teller, costumers service, account officer* dan *account officer kredit*. sehingga mampu untuk bersaing secara sehat dengan bank lainnya guna memperoleh laba. PT. BPR LPN Talawi Sakato merupakan salah satu perusahaan jasa yang mengedepankan pelayanan kepada nasabah dalam setiap operasionalnya, seorang petugas *front liner* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima terhadap nasabah, agar *front liner* dapat memberikan pelayanan yang prima maka ia harus mengenal karakteristik nasabahnya dengan baik.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh PT. BPR LPN Talawi sakato bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan nasabah. Namun masih muncul pertanyaan apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. PT. BPR LPN Talawi Sakato perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan nasabah, hal ini sebagai bukti PT. BPR LPN Talawi Sakato terhadap kepuasan nasabah. Apabila kekecewaan nasabah lebih besar dari pelayanan *front liner* yang diterima maka nasabah tidak akan puas, begitu sebaliknya apabila kekecewaan nasabah kecil dari pelayanan *front liner* yang diterima maka nasabah akan merasa puas.

Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang kepuasan nasabah setelah menerima pelayanan dari PT. BPR LPN Talawi Sakato, dengan ini dapat diketahui pelayanan seperti apa yang memberikan kepuasan bagi nasabah. Penelitian ini bertujuan agar PT. BPR LPN Talawi Sakato dapat meningkatkan pelayanan prima agar dapat memberikan kepuasan bagi nasabahnya sehingga nasabahnya semakin loyal dengan PT. BPR LPN Talawi Sakato khususnya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh fungsi komunikasi terhadap pemberian pelayanan nasabah pada PT. BPR LPN Talawi Sakato?
2. Bagaimanakah pengaruh kepuasan kerja karyawan terhadap pemberian pelayanan nasabah pada PT. BPR LPN Talawi Sakato?

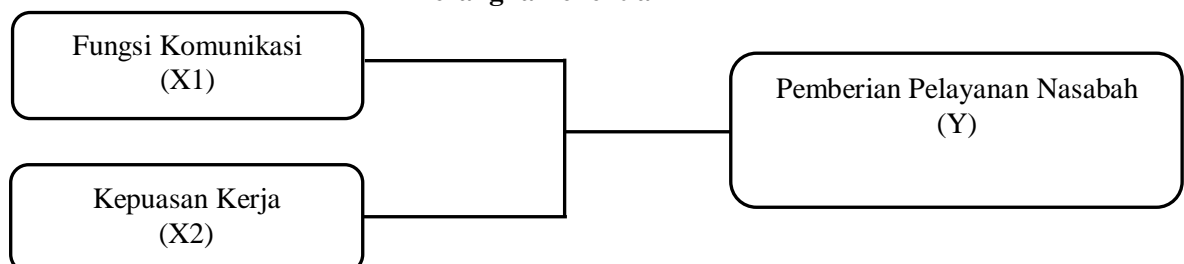
Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh fungsi komunikasi terhadap pemberian pelayanan nasabah pada PT. BPR LPN Talawi Sakato.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kepuasan kerja karyawan terhadap pemberian pelayanan nasabah pada PT. BPR LPN Talawi Sakato.

### **Kerangka Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan maka penulis berasumsi bahwa bentuk kerangka penelitian terdapat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Penelitian**



**Sumber : Robbins<sup>3</sup>, Sutrisno<sup>4</sup>, Kotler<sup>5</sup>**

## **Komunikasi**

### **Pengertian Komunikasi**

Komunikasi sangat sulit ditemukan definisi yang pasti, oleh karena itu *Frank dance* mengambil sebuah langkah besar dalam mengklarifikasinya. Ia membedakan komunikasi dalam tiga poin dari “perbedaan konseptual yang penting” yang membentuk dimensi dasar komunikasi. Dimensi yang pertama adalah tingkat pengamanan. Sebagai contoh, definisi komunikasi sebagai proses yang menghubungkan semua bagian-bagian yang terputus. Definisi yang lain, komunikasi sebagai sistem (misalnya telepon atau telegraf) untuk menyampaikan informasi atau perintah (misalnya di angkatan laut).

Dimensi yang ke dua adalah tujuan, sebagai contoh definisi yang menyebutkan maksud situasi-situasi tersebut merupakan sebuah sumber yang mengirimkan sebuah pesan kepada penerima dengan tujuan tertentu untuk mempengaruhi perilaku penerima. Contoh definisi yang tidak memerlukan tujuan adalah komunikasi merupakan sebuah proses menyamakan dua atau beberapa hal mengenai kekuasaan terhadap seseorang atau beberapa orang.

Dimensi ke tiga adalah penilaian normatif. Sebagai contoh, definisi berikut menganggap bahwa komunikasi dikatakan berhasil jika: komunikasi merupakan pertukaran sebuah pemikiran atau gagasan. Disisi lain, sebuah definisi yang tidak menilai apakah hasilnya berhasil atau tidak komunikasi adalah penyampaian informasi.

Ada beberapa definisi komunikasi menurut para ahli yaitu menurut Stephen P. Robbins, pengertian komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dan informasi secara dua arah dari pihak sumber pemberi pesan/informasi kepada pihak penerima secara efektif.<sup>6</sup> Menurut Hasibuan, komunikasi adalah alat pengalihan informasi dari komunikator kepada komunikan agar antara mereka dapat interaksi.<sup>7</sup>

### **Proses Komunikasi**

Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses atau aliran dalam penyampaian informasi dan pesan secara dua arah yang berorientasi kepada pihak penerima, yang dapat dilihat.<sup>8</sup> Selanjutnya proses komunikasi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>9</sup>

1. Komunikator, seseorang atau beberapa orang yang menyampaikan informasi (pesan) kepada komunikan.
2. Komunikan, seseorang atau beberapa orang yang menerima informasi dari komunikator.
3. Informasi, sesuatu yang ingin disampaikan kepada komunikan, informasi ini terbagi menjadi dua yaitu informasi yang dikirimkan dan informasi yang diterima. Selain dua hal ini, ketika komunikator menyampaikan info kepada komunikan pasti memiliki tujuan informasi yaitu tujuan ketika informasi tersebut disampaikan.
4. Media, sarana yang digunakan untuk menyalurkan informasi dari komunikator kepada komunikan.
5. Umpan balik atau efek, tanggapan (respon) atau reaksi dari komunikasi ketika menerima informasi dari komunikator.

---

<sup>3</sup> Robbin, S. Schuler, *Perilaku Organisasi*, Jakarta, Gramedia, 2003

<sup>4</sup> Sutrisno, Edi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Pertama*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2009

<sup>5</sup> Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat, Jakarta, 2003

<sup>6</sup>Robbins, 2003, *Op.Cit.*

<sup>7</sup> Hasibuan, Malayu. S.P, *Manajemen Pasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta, Gunung Agung, 2002

<sup>8</sup> Robbins, 2003, *Op.Cit.*

<sup>9</sup> *Ibid*

### **Jenis Komunikasi**

Pada dasarnya komunikasi digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan keaktifan hubungan antara manusia atau kelompok komunikasi verbal yaitu komunikasi lisan melalui pertuturan dan percakapan dan juga komunikasi non-verbal yaitu komunikasi bukan lisan seperti gerak badan dan reaksi wajah.

Menurut Hafied Cangara, pengertian komunikasi verbal (Lisan) dan komunikasi non-verbal adalah:<sup>10</sup>

1. Komunikasi verbal (lisan)
2. Komunikasi non-verbal.

### **Fungsi Komunikasi**

Komunikasi menjalankan empat fungsi utama dalam organisasi atau perusahaan yaitu:<sup>11</sup>

- a. Kendali
- b. Motivasi
- c. Pengungkapan emosi
- d. Informasi

### **Kepuasan Kerja**

#### **Pengertian Kepuasan Kerja**

Kepuasan kerja merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan hidup, karena sebagian besar waktu manusia dihabiskan di tempat kerja. Berikut ini beberapa pengertian kepuasan kerja yang diambil dari beberapa sumber, yaitu:

1. Kondisi menyenangkan atau secara emosional positif yang berasal dari penilaian seseorang atas pekerjaannya atau pengalamannya.<sup>12</sup>
2. Suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari sebuah evaluasi karakteristiknya.<sup>13</sup>
3. Keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan mana para karyawan memandang pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya<sup>14</sup>
4. Hasil dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan mereka memberikan hal yang dinilai penting.<sup>15</sup>

#### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah:<sup>16</sup>

1. Kesempatan untuk maju.
2. Keamanan kerja

---

<sup>10</sup> Cangara, H Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, Rajawali Pers, 2008

<sup>11</sup> Robbin, Stephen D, *Perilaku Organisasi*, Jilid Kesatu. Prenhalindo Persada, Jakarta, 2006, hal. 392

<sup>12</sup>Setiawan, Ivan Aries dan Imam Ghozali, *Akuntansi Keperilakuan Konsep Dan Kajian Empiris Perilaku Akuntan*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006, hal. 159

<sup>13</sup> Robbin, Stephen D, *Perilaku Organisasi*, Jilid Kesatu, Prenhalindo Persada, Jakarta, 2006, hal. 107

<sup>14</sup>Handoko, T. Hani, *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, Edisi II, Cetakan Keempat Belas, Penerbit BPF, Yogyakarta, 2000, hal. 193

<sup>15</sup>Luthans, Fred, *Perilaku Organisasi*, (Alih Bahasa V.A Yuwono, dkk), Edisi Bahasa Indonesia, Yogyakarta, ANDI, 2006, hal. 23

<sup>16</sup>Sutrisno, Edi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Pertama*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2009, hal. 82-84

3. Gaji
4. Perusahaan dan manajemen
5. Pengawasan sekaligus atasannya
6. Faktor Intrinsik dari pekerjaan
7. Kondisi kerja
8. Aspek sosial dalam pekerjaan
9. Komunikasi
10. Fasilitas

### **Kualitas Pelayanan**

#### **Pengertian Pelayanan**

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak perusahaan. Pelayanan merupakan terjemahan dari istilah *service* dalam bahasa Inggris yang menurut Kotler pelayanan didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain.<sup>17</sup>

Menurut Gronroos, pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antar konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh organisasi pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Maka dapat ditarik kesimpulan dari definisi-definisi di atas bahwa pelayanan merupakan segala usaha atau kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan orang lain.<sup>18</sup>

#### **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Berikut beberapa pengertian dan definisi tentang kualitas pelayanan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>19</sup> Pengertian kualitas pelayanan menurut J. Supranto adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.<sup>20</sup> Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.<sup>21</sup>

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat buruk.

Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam praktek tidak cukup hanya dengan terpenuhinya

---

<sup>17</sup>Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta, 2003, hal. 464

<sup>18</sup>Gronroos, C, *Service Management and Marketing*, Lexington Books, Massachusetts, Toronto, 2002, hal. 02

<sup>19</sup> Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta, 2001

<sup>20</sup>Supranto. J, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Jakarta, Rineka Cipta, 2006, hal. 226

<sup>21</sup>Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2007

kepuasan pribadi untuk melayani konsumen yang bersangkutan tetapi juga harus diperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Pelanggan adalah orang paling penting.
2. Pelanggan adalah objek yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.
3. Pelanggan bukanlah lawan bicara yang perlu diajak berdebat, bila terpaksa, maka pihak yang menang haruslah pihak pelanggan.
4. Pelanggan adalah raja, sekali ia kalah dalam berargumentasi maka ia akan pindah ke produk lain.
5. Pelanggan adalah manusia biasa yang memiliki perasaan senang, benci, bosan, dan adakalanya mempunyai prasangka yang tidak beralasan.
6. Pelanggan dalam usaha mendapatkan pelayanan selalu ingin didahulukan, diperhatikan, dan ingin diistimewakan serta tidak ingin diremehkan begitu saja.

### **2.3.3 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Dimensi Kualitas Pelayanan menurut Lupiyoadi dibagi menjadi lima dimensi di antaranya adalah:<sup>22</sup>

1. *Tangibles* (bukti fisik)
2. *Reliability* (kehandalan)
3. *Responsiveness* (ketanggapan)
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian)
5. *Emphaty* (empati)

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Kualitas yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, oleh karena itu pihak perusahaan atau organisasi harus memperhatikan semua elemen-elemen yang penting dalam pemerapan atau pencapaian kualitas. Menurut Ariani, pencapaian total kualitas memerlukan delapan elemen sebagai berikut:<sup>23</sup>

1. Fokus pada pelanggan yaitu dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan harapan.
2. Komitmen jangka panjang, agar seluruh karyawan juga mau melaksanakan hal yang sama dengan terlibat secara penuh dalam seluruh proses yang ada.
3. Kepemimpinan dan dukungan manajemen puncak, dengan memberikan dukungan tenaga, pikiran, perencanaan strategik, gaya serta perbaikan secara berkesinambungan.
4. Pemberdayaan seluruh personil dan kerja tim, yaitu dengan mendorong partisipasi seluruh karyawan untuk mencapai sasaran kualitas, termasuk perbaikan pelayanan dan penyelesaian masalah.
5. Komunikasi efektif yaitu dengan mengadakan hubungan komunikasi baik secara formal maupun informal dan komunikasi vertikal maupun horizontal.
6. Kepercayaan dan analisis proses secara statistik, yang memungkinkan organisasi melakukan tindakan perbaikan, menetapkan prioritas dan mengevaluasi kemajuan yang dicapai.
7. Komitmen terhadap perbaikan yaitu dengan membangun kesadaran untuk mengadakan perbaikan melalui pendidikan dan pelatihan karyawan.
8. Mendukung pemberian penghargaan yaitu penghargaan yang bukan hanya berupa upah atau gaji, melainkan penghargaan yang berupa pujian, dukungan saran, maupun kritik membangun.

---

<sup>22</sup>Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, PT. Salemba Empat, 2001, hal. 148

<sup>23</sup>Ariani Dorothea Wahyu, *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas)*, Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2003



## 2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut *Travers* penelitian deskriptif ini yaitu melihat dan menganalisa sebab akibat dari suatu gejala untuk menggambarkan sifat sesuatu yang sedang berlangsung pada saat penelitian dilakukan. Metode pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian deskriptif adalah metode *survey*. Metode *survey* adalah penelitian yang mengambil sample dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.<sup>24</sup>

Populasi menurut Sugiyono merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek dan obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>25</sup> Adapun populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 18 orang yaitu seluruh karyawan yang bekerja di PT. BPR LPN Talawi Sakato. Sampel adalah bagian dari generalisasi populasi.<sup>26</sup> Teknik dalam pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik pengumpulan data secara sampling jenuh dimana semua populasi dapat dijadikan sampel. Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 18 responden.

## 3. Hasil Dan Pembahasan

### Uji Validitas dan Reliabilitas

#### Uji Validitas

Hasil uji validitas adalah sebagai berikut :

##### a. Fungsi komunikasi

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah fungsi komunikasi. Deskriptif variabel tersebut dapat dilihat pada tabel 4.8. berikut ini :

**Tabel 4.8.**

**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel Fungsi Komunikasi  
KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.403
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	40.023
	df	28
	Sig.	.066

**Sumber : Data yang diolah tahun 2016**

Dari tabel di atas diketahui seluruh item pernyataan dalam variabel fungsi komunikasi dinyatakan valid karena nilai signifikansi uji Kaiser Meyer Olkin adalah sebesar  $0,066 > 0,05$ .

##### b. Kepuasan kerja

Hasil pengujian validitas butir-butir pernyataan variabel kepuasan kerja dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini :

**Tabel 4.9.**

**Uji Validitas Variabel Kepuasan Kerja  
KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.593
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	58.626
	df	45

<sup>24</sup>Singarimbun, Masri, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta, 2006

<sup>25</sup>Sugiyono, *Statistik Penelitian*, Alfabeta Bandung, 2000

<sup>26</sup>*Ibid*

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.593
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	58.626
	df	45
	Sig.	.084

**Sumber : data yang diolah tahun 2016**

Dari tabel di atas diketahui seluruh item pernyataan dalam variabelkepuasan kerja dinyatakan valid karena nilai signifikansi uji Kaiser Meyer Olkin adalah sebesar  $0,084 > 0,05$ .

c. Pemberian pelayanan nasabah

Hasil pengujian validitas butir-butir pernyataan variabel pemberian pelayanan nasabah dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini :

**Tabel 4.10.**  
**Uji Validitas Variabel Pemberian Pelayanan Nasabah**  
**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.408
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	46.498
	df	45
	Sig.	.410

**Sumber : data yang diolah tahun 2016**

Dari tabel di atas diketahui seluruh item pernyataan dalam variabelpemberian pelayanan nasabahdinyatakan valid karena nilai signifikansi uji Kaiser Meyer Olkin adalah sebesar  $0,410 > 0,05$ .

**Uji Reliabilitas**

Hasil pengolahan data reliabilitas untuk pernyataan fungsi komunikasi, kepuasan kerja, dan pemberian pelayanan nasabah dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini :

**Tabel 4.11.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Fungsi komunikasi	0,636	Reliabel
2	Kepuasan kerja	0,799	Reliabel
3	Pemberian pelayanan nasabah	0,651	Reliabel

**Sumber : data yang diolah tahun 2016**

Pada tabel 4.11 terlihat bahwa dari uji reliabilitas dihasilkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel penelitian yaitu fungsi komunikasi, kepuasan kerja,dan pemberian pelayanan nasabah yang dihasilkan lebih besar dari 0,6 dan variabel yang diteliti memenuhi syarat konsistensi (reliabilitas). Jadi item-item pernyataan untuk variabel fungsi komunikasi, kepuasan kerja,dan pemberian pelayanan nasabah dapat dipakai sebagai alat ukur dalam penelitian.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas Data**

Hasil pengujian dan pengolahan data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Fungsi Komunikasi	Kepuasan Kerja	Pemberian Pelayanan Nasabah
N		18	18	18
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	28.0556	36.0556	37.8333
	Std. Deviation	4.26300	6.73422	5.27201
Most Extreme Differences	Absolute	.124	.167	.179
	Positive	.089	.078	.121
	Negative	-.124	-.167	-.179
Kolmogorov-Smirnov Z		.528	.708	.761
Asymp. Sig. (2-tailed)		.943	.698	.609
a. Test distribution is Normal.				

**Sumber : data yang diolah tahun 2016**

Dari hasil perhitungan uji *KolmogorovSmirnov* pada tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa variabel fungsi komunikasi bernilai *asymp.sig (2-tailed)* sebesar  $0,943 > 0,05$ , variabel kepuasan kerjabernilai *asymp.sig (2-tailed)* sebesar  $0,698 > 0,05$ , dan variabel pemberian pelayanan nasabah bernilai *asymp.sig (2-tailed)* sebesar  $0,609 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal.

**Uji Heteroskedastisitas**

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada table di bawah ini :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.485	2.658		.559	.585
	Fungsi Komunikasi	.113	.116	.309	.972	.347
	Kepuasan Kerja	-.065	.074	-.282	-.885	.390

a. Dependent Variable: abreside

**Sumber : data yang diolah tahun 2016**

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi untuk variabel fungsi komunikasi sebesar  $0,347 > 0,05$  dan kepuasan kerja sebesar  $0,390 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian ini.

**Uji Multikolinearitas**

Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.14**  
**Uji Multikolineritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

1	(Constant)		
	Fungsi Komunikasi	.615	1.627
	Kepuasan Kerja	.615	1.627

a. Dependent Variable: Pemberian Pelayanan Nasabah

**Sumber : data yang diolah tahun 2016**

Dari tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi.

**Pengujian Hipotesis**

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Untuk menguji pengaruh fungsi komunikasi dankepuasan kerjaterhadap pemberian pelayanan nasabahpada Kantor BPR LPN Talawi Sakato maka diuji dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS *For Windows* seperti yang dikemukakan pada tabel 4.15.yaitu :

**Tabel 4.15.**

**Hasil Analisis Data Untuk Persamaan Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.499	5.014		1.695	.111
	Fungsi Komunikasi	.556	.219	.449	2.537	.023
	Kepuasan Kerja	.381	.139	.487	2.747	.015

a. Dependent Variable: Pemberian Pelayanan Nasabah

**Sumber : data yang diolah tahun 2016**

Berdasarkan tabel 4.15. di atas, maka bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut : $Y = 8,499+0,556X_1+0,381X_2+e$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta adalah 8,499 artinya jika tidak memperhatikan variabel fungsi komunikasi dan kepuasan kerja maka pemberian pelayanan nasabah mengalami peningkatan sebesar 8,499.Nilai koefisien regresi fungsi komunikasi adalah 0,556 artinya fungsi komunikasi berbanding lurus dengan pemberian pelayanan nasabah di mana setiap peningkatan 1 satuan fungsi komunikasi maka akan meningkatkan pemberian pelayanan nasabah sebesar 0,556. Nilai koefisien regresi kepuasan kerja adalah 0,381 artinya kepuasan kerja berbanding lurus dengan pemberian pelayanan nasabah dimana setiap peningkatan 1 satuan kepuasan kerja maka akan meningkatkan pemberian pelayanan nasabah sebesar 0,381.

**Uji T-Statistik**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada tabel 4.16 di bawah ini :

**Tabel 4.16**  
**Uji t Statistik**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.499	5.014		1.695	.111
Fungsi Komunikasi	.556	.219	.449	2.537	.023
Kepuasan Kerja	.381	.139	.487	2.747	.015

a. Dependent Variable: Pemberian Pelayanan Nasabah

**Sumber : data yang diolah tahun 2016**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama seperti terlihat pada tabel 4.16 terlihat bahwa fungsi komunikasi memperlihatkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,537 > 1,73961$ ), dengan nilai signifikansi sebesar  $0,023 < \alpha 0,05$  maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fungsi komunikasi berpengaruh signifikan terhadap pemberian pelayanan nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua seperti terlihat pada tabel 4.16 terlihat bahwa kepuasan kerja memperlihatkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,747 > 1,73961$ ), hasil yang diperoleh diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar  $0,015 < \alpha 0,05$  maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap pemberian pelayanan nasabah.

**Uji F Statistik**

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.17 adalah :

**Tabel 4.17**  
**Uji f Statistik**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	335.734	2	167.867	18.411	.000 <sup>a</sup>
Residual	136.766	15	9.118		
Total	472.500	17			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja, Fungsi Komunikasi

b. Dependent Variable: Pemberian Pelayanan Nasabah

**Sumber : data yang diolah tahun 2016**

Pada tabel 4.17 di atas terlihat nilai signifikan yang diperoleh di dalam tahapan pengujian data adalah sebesar  $0,000$ , di dalam proses pengujian tingkat kesalahan yang digunakan adalah  $0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 18,411 > F_{tabel} 2,64$  maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa fungsi komunikasi dan kepuasan kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap pemberian pelayanan nasabah pada Kantor BPR LPN Talawi Sakato.

**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Hasil pengujian koefisien determinasi penelitian ini dapat dilihat pada hasil pengolahan data melalui SPSS versi 16.0 tabel 4.18 berikut :

**Tabel 4.18**  
**Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 <sup>a</sup>	.711	.672	3.01955

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja, Fungsi Komunikasi

b. Dependent Variable: Pemberian Pelayanan Nasabah

**Sumber : data yang diolah tahun 2016**

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.18 diketahui bahwa nilai R<sup>2</sup> adalah sebesar 0,711. Hal ini berarti besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 71,1%, sisanya sebesar 28,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

#### 4. Kesimpulan

1. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa dari kedua faktor pemberian pelayanan nasabah yang dilihat dari fungsi komunikasi berpengaruh signifikan terhadap pemberian pelayanan nasabah yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,537 > 1,73961$ ), dengan nilai signifikansi sebesar 0,023. Hasil yang diperoleh memperlihatkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,023 < \alpha 0,05$ .
2. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa dari kedua faktor pemberian pelayanan nasabah yang dilihat dari kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap pemberian pelayanan nasabah yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,747 > 1,73961$ ), hasil yang diperoleh diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,015. Hasil yang diperoleh memperlihatkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,015 < \alpha 0,05$ .

Saran-saran dari penelitian yang telah dilakukan di kantor BPR LPN Talawi Sakato untuk meningkatkan pemberian pelayanan nasabah adalah :

1. Pemberian pelayanan nasabah pada Kantor BPR Talawi Sakato harus dilakukan dengan memperbaiki kembali hubungan komunikasi antar sesama karyawan.
2. Sebelum memberikan tugas kepada bawahan sebaiknya BPR Talawi Sakato menganalisa terlebih dahulu tentang keahlian karyawannya sehingga akan mampu meningkatkan pelayanan terhadap nasabahnya.
3. Bagi penelitian selanjutnya agar menambah sampel baru sehingga akan mampu mewakili setiap individu dalam upaya memberikan kepuasan terhadap pelayanan nasabah.

#### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu, memotivasi dan berkontribusi dalam menyelesaikan penelitian ini yaitu kepada PT. BPR LPN Talawi Sakato dalam memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini. Kemudian untuk ibu Nanik Istianingsih, S.E., M.E selaku ketua LPPM yang telah memberikan fasilitas untuk melakukan penelitian, semoga ke depannya LPPM semakin baik, dan kepada semua teman-teman yang mungkin tidak saya uraikan namanya yang telah memberikan dukungan dalam bentuk apapun itu demi terlaksananya penelitian ini. Semoga semua kebaikan menjadi berkah dan dibalas oleh ALLAH SWT. Aamiin.

#### Daftar Pustaka

- Ariani Dorothea Wahyu. (2003). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas)*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Bernardin, H. John, dan Joyce E.A Russel. (2003). *Human Resource Management (An Experimental Approach International Edition)*. Mc. Graw-Hill Inc. Singapore.
- Cangara, H Hafied. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, C. (2002). *Service Management and Marketing*. Lexington Books. Massachusetts, Toronto.
- Handoko, T. Hani. (2000). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Edisi II. Cetakan Keempat Belas. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Hariandja, Marihot T.E. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo
- Hasibuan, Malayu. S.P. (2002). *Manajemen Pasar. Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Gunung Agung.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Luthans, Fred. (2006). *Perilaku Organisasi*, (Alih Bahasa V.A Yuwono, dkk), Edisi Bahasa Indonesia, Yogyakarta: ANDI.
- Ratminto dan Atik. (2005). *Manajemen Pelayanan, Disertai Dengan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Robbin, S. Schuler. (2003). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Gramedia.
- Robbin, Stephen D. (2006). *Perilaku Organisasi*. Jilid Kesatu. Prenhalindo Persada. Jakarta.
- Santoso, Singgih. (2011). *Mastering SPSS Versi 19*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Setiawan, Ivan Aries dan Imam Ghozali. (2006). *Akuntansi Keperilakuan Konsep Dan Kajian Empiris Perilaku Akuntan*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Singarimbun, Masri. (2006). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta
- Sugiyono. (2000). *Statistik Penelitian*. Alfabeta Bandung.
- Supranto. J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta. Rineka Cipta
- Sutrisno, Edi. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Penerbit Andi. Yogyakarta