

PENGEMBANGAN *SOFT SKILLS* DAN *RELIABILITY* UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUJASAN NASABAH

Agus Budi Purwanto

Sekolah Tinggi Ilmi Ekonomi Pelita Nusantara Semarang

agus_budi_purwanto@yahoo.co.id

Abstract

This research is motivated declining number of Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Decreasing the number of BPR indicate unhealthy condition. In general, this study aims to determine the model of the development of soft skills and reliability of banking employees in order to improve service quality and increase customer satisfaction. Specifically, this study aims to improve the quality of governance, healthy operational management and professional in the banking world. The model used in this study is comprised of four variables where the variables in the first stage of soft skills and reliability of the independent variable while the quality of service becomes the dependent variable. Then in the second stage of skill and reliability as an independent variable, the quality of service as an intervening variable, whereas the variable customer satisfaction as the dependent variable. Research data collection techniques by means of a questionnaire on BPR customers spread in Semarang systematically arranged with multiple choice answers are easy to understand. Distribution of the questionnaire by means of a direct encounter conducted in the period April to August 2014, with a sample of some 120 people. Instrument (questionnaire) will go through the stages of validity and reliability. Research data will be analyzed using path analysis (path analysis). Test the strength of the model using SEM (Structural Equation Modeling). The research proves that there is a direct positive influence between soft skills and reliability to customer satisfaction. The results also prove that the quality of service is a positive intervening between soft skills and reliability to customer satisfaction.

Keywords: soft skills, reliability, quality of service, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Peran perbankan dalam perekonomian adalah sangat vital khususnya dalam lalu lintas perputaran uang. Diantara begitu banyak perbankan, kehadiran BPR yang menyediakan produk keuangan yang serupa dengan Bank konvensional lain ternyata memiliki penetrasi yang lebih baik dibandingkan dengan perbankan lain khususnya untuk Usaha Mikro dan Kecil. Seiring dengan persaingan dunia perbankan yang kian ketat, BPR sepertinya tidak akan luntur serta masih menjadi salah satu perbankan yang diminati masyarakat. Ada banyak hal yang mempengaruhi kinerja BPR baik yang dipengaruhi oleh sisi internal dan eksternal. Karakteristik BPR yang memiliki kemudahan dalam penyaluran kredit serta memberikan keuntungan simpanan dibandingkan dengan bank konvensional lain menjadi daya tarik tersendiri sehingga BPR masih diminati. Segmentasi pasar BPR yang memasarkan produknya kepada masyarakat kecil serta UKM diperkirakan menjadi alasan utama kenapa BPR bisa bertahan hingga saat ini. BPR adalah salah satu bentuk lembaga keuangan mikro di Indonesia yang telah memiliki akar dalam sosial ekonomi masyarakat pedesaan Indonesia, hal ini

dapat dilihat dengan tersedianya lembaga perkreditan ditengah masyarakat Indonesia seperti Lembaga Perkreditan Rakyat di Jawa pada tahun 1900 (Colter dalam Hastuti & Supadi, 2009).

Sekitar 8,6 persen atau 146 dari 1.706 Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Indonesia berada dalam kondisi tidak sehat. Untuk itu Bank Indonesia perlu melakukan pengawasan ketat terhadap BPR. Direktur Biro Riset Infobank Eko Supriyanto mengatakan sekitar 99 persen permasalahan BPR disebabkan karena kelalaian dan moral *hazard* para pengurusnya. Saat ini jumlah BPR terus mengalami penyusutan dari waktu ke waktu. Per Maret 2011, jumlah BPR mencapai 1.679 buah atau berkurang 27 buah dibanding posisi Desember 2010. Berkurangnya jumlah BPR menunjukkan industri ini dihuni BPR yang tak sehat. Namun di sisi lain kinerja BPR secara industri terus mengalami pertumbuhan. Saat ini setidaknya ada 10 BPR yang beraset Rp100 miliar ke atas. (RIE).

Bank Perkreditan Rakyat yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat mengembangkan keterampilan dan kehandalan karyawan untuk mencapai kualitas pelayanan yang prima. Keterampilan karyawan bank merupakan salah satu tuntutan konsumen. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah maka salah faktor penunjang adalah tingkat keterampilan pegawai atau karyawan itu sendiri. Semakin tinggi tingkat keterampilan seorang pegawai atau karyawan, maka akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Elfindri (2011: 67), *soft skills* merupakan keterampilan dan kecakapan hidup, baik untuk sendiri, berkelompok, atau bermasyarakat, serta dengan Sang Pencipta. Dengan mempunyai *soft skills* membuat keberadaan seseorang akan semakin terasa di tengah masyarakat. Keterampilan karyawan akan berkomunikasi, keterampilan emosional, keterampilan berbahasa, keterampilan berkelompok, memiliki etika dan moral, santun dan keterampilan spiritual akan mampu meningkatkan kualitas pelayanan. *Soft skill* menjadi kunci sukses dalam pekerjaan manapun, misalnya kemampuan berkomunikasi baik secara lisan dan tulisan terutama bagi karyawan bidang perbankan.

Faktor lain yang mendukung kualitas pelayanan yang baik adalah kehandalan karyawan. Menurut Fahmi dan Wasil (2013) hubungan antara kehandalan karyawan dengan Kepuasan Nasabah adalah mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan karyawan pada perusahaan maka Kepuasan Nasabah juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap kehandalan karyawan buruk maka Kepuasan Nasabah juga akan semakin rendah.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi nasabah sehingga nasabah merasa puas atas layanan BPR. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan masyarakat dan berakhir pada persepsi masyarakat. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi penyedia pelayanan, melainkan berdasarkan pada persepsi konsumen yang menggunakan. Cronin & Taylor dalam Aryani dan Rosinta (2010), mengatakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan (*service quality*) umumnya menggunakan 5 dimensi yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*. Menkuatkan pendapat diatas Aryani dkk.(2010) berpendapat bahwa kehandalan (*reliability*) berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Semakin baik kehandalan karyawan perbankan dalam melayani nasabah maka kualitas pelayanan semakin baik, sehingga pelanggan akan semakin puas.

Hubungan yang saling terkait dikemukakan Oliver dalam Aryani dkk. (2010) yang menyatakan Kepuasan Nasabah merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Artinya jika kualitas pelayanan semakin baik maka Kepuasan Nasabah semakin meningkat. Dari

beberapa hasil penelitian diatas, maka dapat memperkuat argumentasi bahwa *soft skills* dan kehandalan memberikan kontribusi signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap tinggi rendahnya kepuasan konsumen. Melihat pentingnya faktor *soft skills* dan kehandalan karyawan perbankan khususnya Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan Kepuasan Nasabah, maka sangat relevan untuk dilakukan penelitian dengan judul “Model Pengembangan *Soft Skills* dan Kehandalan Karyawan dalam rangka meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah (Studi pada BPR di Kota Semarang)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung antara *softskills* dan kehandalan terhadap kualitas pelayanan dimana kualitas pelayanan sebagai mediasi.

TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Soft skills

Menurut Robbins (2006) pada dasarnya ketrampilan dapat dikategorikan menjadi empat, yaitu 1) *basic literacy skill*, 2) *technical skill*, 3) *interpersonal skill*, 4) *problem Solving*. Sedangkan menurut Elfindri (2011), *Soft skills* merupakan keterampilan dan kecakapan hidup, baik untuk sendiri, berkelompok, atau bermasyarakat, serta dengan Sang Pencipta. Dengan mempunyai *soft skills* membuat keberadaan seseorang akan semakin terasa di tengah masyarakat. Keterampilan akan berkomunikasi, keterampilan emosional, keterampilan berbahasa, keterampilan berkelompok, memiliki etika dan moral, santun dan keterampilan spiritual. *Soft skills* dapat menentukan arah pemanfaatan *hard skills*. Jika seseorang memilikinya dengan baik, maka ilmu dan keterampilan yang dikuasainya dapat mendatangkan kesejahteraan dan kenyamanan bagi pemiliknya dan lingkungannya. Sebaliknya, jika seseorang tidak memiliki *soft skills* yang baik, maka *hard skills* dapat membahayakan diri sendiri dan orang lain. Sedangkan menurut Iyo Mulyono (2011), “*soft skills* merupakan komplemen dari *hard skills*. Jenis keterampilan ini merupakan bagian dari kecerdasan intelektual seseorang, dan sering dijadikan syarat untuk memperoleh jabatan atau pekerjaan tertentu”. Aribowo sebagaimana dikutip oleh Illah Sailah (2008: 17), menyatakan bahwa *Soft skills* adalah keterampilan seseorang dalam berhubungan dengan orang lain (termasuk dengan dirinya sendiri). Atribut *soft skills*, dengan demikian meliputi nilai yang dianut, motivasi, perilaku, kebiasaan, karakter dan sikap. Atribut *soft skills* ini dimiliki oleh setiap orang dengan kadar yang berbeda-beda, dipengaruhi oleh kebiasaan berfikir, berkata, bertindak dan bersikap. Namun, atribut ini dapat berubah jika yang bersangkutan mau merubahnya dengan cara berlatih membiasakan diri dengan hal-hal yang baru. Dari berbagai definisi tersebut dapat dirumuskan bahwa pada dasarnya *soft skills* merupakan kemampuan yang sudah melekat pada diri seseorang, tetapi dapat dikembangkan dengan maksimal. Jordan dkk. (2002) menemukan bahwa individu yang memiliki *softskills* yang rendah terlihat kurang perform ketika bekerja dalam sebuah tim. Cangelosi dan Petersen (1998) menemukan bahwa banyak kegagalan masyarakat dan tempat kerja diakibatkan rendahnya keterampilan dalam berkomunikasi (*softskills*). Keberhasilan seorang karyawan dalam bekerja bisa dilihat dari kualitas pelayannya dan ketika konsumen puas akan pelayanan yang diberikan.

H₁ : *Soft skills* berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan.

H₃ : *Soft skills* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Reliability

Menurut Parasuraman, dkk dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006), kehandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan. Sikap yang simpatik, dan dengan tingkat akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan. Menurut Zeithaml, dkk dalam Aviliani dan Wilfridus (1997) kehandalan (*reliability*) merupakan pemenuhan janji pelayanan segera dan memuaskan dari perusahaan. Parasuraman dikutip dalam Pei dkk (2005) menjelaskan kehandalan sebagai kemampuan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan dengan dapat diandalkan dan akurat. Fahmi dkk (2013) menyatakan bahwa hubungan antara kehandalan karyawan dengan Kepuasan Nasabah adalah mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan karyawan pada perusahaan maka Kepuasan Nasabah juga akan semakin tinggi

H₂ : Kehandalan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan

H₄ : Kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Ada beberapa pendapat mengenai kualitas layanan (*quality of service*). Kualitas layanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang dari pelanggan terhadap penyampaian layanan dari suatu perusahaan (Lovelock & Wright, 2002). Sedangkan Sureshchandar, et al (2002) yang mengutip pernyataan Parasuraman et al. (1988), Zeithaml (1988), Bitner et al. (1990), Bolton & Drew (1991 a, b), Cronin & Taylor (1992), Bitner & Hubert (1994) mengatakan bahwa kualitas layanan adalah semacam sikap keseluruhan evaluasi, dan keduanya (kualitas layanan dan sikap) tersebut dipandang serupa.

Lovelock & Wright (2002), Zeithaml & Bitner (2003), menyatakan ada 21 atribut layanan (*SERVQUAL attributes*). Tetapi atribut layanan ini tidak selalu sesuai dan mempunyai arti yang sama untuk setiap industri layanan. Sebagai contoh *employee responsiveness* atau *service reliability* mempunyai arti yang berbeda pada industri layanan yang berbeda. Gronroos (2000) menambahkan bahwa untuk mengukur kualitas layanan yang terbaik dan tepat sebaiknya digunakan pendekatan atribut layanan yang sesuai dengan apa yang dialami dan diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan perlu memahami atribut layanan yang relevan dengan konsumennya.

Shafie dkk (2004) menyatakan bahwa kualitas pelayanan konsumen pada bank berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal yang sama diungkapkan oleh Othman dan Owen (2001) yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan kepada nasabah maka tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi.

H₅ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

Kepuasan Nasabah / Konsumen (*Customer Satisfaction*)

Menurut Kurtz and Boone dalam Samuel (2006:46), *customer satisfaction is the ability of goods or services to meet or exceed buyer need and expectations*. Jika saat konsumen membeli dan menggunakan suatu produk, dan mampu memenuhi bahkan melampaui kebutuhan dan harapannya, maka akan terjadi kepuasan. Zeithamet et al dalam Samuel (2006) menyatakan bahwa kepuasan

konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Hanan & Karp dalam Samuel (2006) menyatakan bahwa di dalam mengevaluasi Kepuasan nasabah selalu mengacu pada atribut-atribut pembentuk kepuasan, dikenal dengan istilah *The Big Eight*, terdiri dari: *product related factors; value to pricerelationship, product quality, products features, reliability, service related factors, warranty, responseto and remedy of problems, sales experienc*, dan *Convinience of acquisition*. Indikator dalam penelitian ini didasarkan pendapat Crosby and Stephens dalam Palilati (2007) mengemukakan konseptual dari kepuasan konsumen terhadap jasa (*service*) terdiri atas tiga hal penting: (1) *contact person*; (2) *the core service*, dan (3) *the organization*.

Dari beberapa teori di atas dikatakan bahwa *soft skills* berpengaruh terhadap kualitas pelayanan (Cangelosi dan Petersen, 1998). Selanjutnya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Shafie dkk, 2004). Secara teoritis maka kualitas pelayanan merupakan intervening.

H₆ : *Soft skills* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan sebagai *intervening*.

H₇ : Kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan sebagai *intervening*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kausal Komparatif bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan sebab akibat. Menurut Suryabrata (2004) penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan sebab akibat dengan cara : berdasarkan pengamatan terhadap akibat yang ada mencari kembali faktor yang menjadi penyebab melalui data tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BPR di wilayah Kota Semarang.

Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan jumlah sampel berdasarkan Ferdinand (2005) menyatakan jumlah sampel adalah 5 – 10 kali jumlah indikator ditambahkan jumlah variable laten. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 18, variabel laten sebanyak 4. Maka jumlah sampel minimal adalah $5 * (18 + 4) = 110$. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu metode *quota sampling*. Jumlah kuota sampel ditentukan sebesar 120 responden. Sedangkan penentuan sampel memiliki ciri-ciri yaitu nasabah BPR yang memiliki usia minimum 21 tahun atau sudah berkeluarga. Penyebaran sampel dilakukan secara proporsional pada seluruh Kantor Pusat BPR di Kota Semarang sebagaimana tabel 1 berikut:

Tabel 1.
Proporsi Penyebaran Sampel Penelitian

No	Nama BPR	Alamat	Proporsi	Jumlah Sampel
1	PT. BPR Arto Moro	Jl. Gajah Raya No 155	5%	6
2	PT. BPR Artha Mutiara	Jl. Dr. Cipto No. 184	5%	6
3	PT BPR Jateng	Jl. Kartini No. 11	5%	6
4	PT BPR Setia Karib Abadi	Jl. Menteri Supeno No. 1	5%	6
5	Estetika Artha Guna	Jl. Kyai Saleh No.1109	5%	6
6	PT BPR Artha Tanah Mas	Jl. Telaga Mas Raya B-12	5%	6
7	PT. BPR Artha Mukti Sentosa	Jl. Jend Sudirman 167	5%	6
8	PT. BPR Adil Jaya Artha	Jl. Benteng 108-110	5%	6
9	PT. BPR Margatama Gunadama	Jl. Sudirman No. 174	5%	6
10	PT. BPR Mandiri Artha Abadi	Jl. Soegijopranoto No. 26	5%	6
11	PT. BPR Restu Artha Makmur	Jl. Majapahit No.129	5%	6
12	PT. BPR Kedung Arto	Jl. MT Haryono No.811	5%	6
13	PD. BPR BKK	Ruko Peterongan Plaza C-9	5%	6
14	PT. BPR Gunung Rizky	Jl. Soekarno Hatta No.132	5%	6
15	PT. BPR Rudo Indobank	Jl. Gajahmada No.144	5%	6
16	PT. BPR Weleri Makmur	Ruko Gayamsari No.17-20	5%	6
17	PD. BPR Bank Pasar Kota Semarang	Jl. Pemuda No.163	5%	6
18	PT. BP Gunung Merbabu	Jl. Menteri Supeno II/1	5%	6
19	PT. BPR Gunung Kinibalu	Jl. Imam Bonjol No.202	5%	6
20	PT. BPR Gunung Kawi	Jl. Imam Bonjol No.44	5%	6
Jumlah			100%	120

Sumber: <http://www.bi.go.id>, 2013

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. *Soft Skills* (X1)

Soft skills merupakan keterampilan dan kecakapan hidup, baik untuk sendiri, berkelompok, atau bermasyarakat, serta dengan Sang Pencipta (Elfindri dkk, 2011)

2. Keandalan (X2)

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya (Parasuraman, dkk dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006).

3. Kualitas Pelayanan (Y1)

Kualitas pelayanan yaitu segala atribut perusahaan yang harus diperhatikan untuk bisa mencapai harapan konsumen (Gaspersz dalam Supranto, 2006).

4. Kepuasan Konsumen (Y2)

Konseptual dari kepuasan konsumen terhadap jasa (*service*) terdiri atas tiga hal penting: (1) *contact person*; (2) *the core service*, and (3) *the organization* (Crosby and Stephens dalam Palilati, 2007).

Tabel 2.
Pengukuran Variabel

Variabel yang diukur	Indikator	Pengukuran	Jenis Data	Sumber Data
Soft Skills Elfindri dkk (2011)	- Ketrampilan berkomunikasi - Ketrampilan emosional - Ketrampilan berbahasa	Skala Likert	Primer	Responden
Kehandalan Lupiyoadi dan Hamdani (2006)	- Menyediakan Pelayanan yang telah dijanjikan - Penanganan pelanggan yang dapat diandalkan - Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan	Skala Likert	Primer	Responden
Kualitas Pelayanan Supranto (2006)	- Ketepatan waktu pelayanan - Akurasi pelayanan - Kesopanan dan keramahan - Kemudahan mendapatkan pelayanan	Skala Likert	Primer	Responden
Kepuasan Nasabah Palilati (2007)	- <i>Contact person</i> - <i>The core service</i> - <i>The organization</i>	Skala Likert	Primer	Responden

Jenis dan Sumber Data

Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada para responden yaitu nasabah BPR di wilayah Kota Semarang sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari website resmi Bank Indonesia (<http://www.bi.go.id>) buku-buku literatur dan jurnal-jurnal nasional maupun internasional yang mempunyai hubungan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner, yaitu melalui daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dengan beberapa pilihan jawaban yang mudah dipahami (Malhotra dalam Samuel, 2006). Pembagian kuesioner dilakukan kepada nasabah BPR di Kota Semarang, dengan cara ditemui langsung yang dilakukan pada kurun waktu 5 bulan (April – Agustus 2014).

Teknik Analisis Data

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali (Ghozali, 2011) yaitu pengukurannya hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Uji statistik menggunakan *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,7$ (Nunally dalam Ghozali, 2011).

Uji Validitas

Untuk mengukur validitas instrumen dilakukan dengan cara mencari nilai *Corrected Indicator-Total Correlation*. Jika nilainya lebih besar dari 0.30 maka dikatakan *instrument valid* (Ghozali, 2011).

Analisis Jalur

Menurut Baron & Kenny dalam Ghozali (2011) suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel prediktor (*independen*) dan variabel kriteria (*dependen*). Dalam penelitian ini kualitas pelayanan sebagai variabel *intervening*/ mediator dalam menganalisis pengaruh *soft skills* dan kehandalan terhadap Kepuasan Nasabah. Ghozali (2011) menyatakan bahwa untuk menguji pengaruh variabel *intervening* digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*), yaitu penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kasualitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis regresi yang digunakan melalui dua tahap.

1. Tahap 1: Regresi *Soft skills* dan Kehandalan (*Reliability*) terhadap Kualitas Pelayanan (*Service Quality*).
2. Tahap 2: Regresi *Soft skills*, Kehandalan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Hoyle dalam Samuel (2006) menyatakan bahwa diagram path atau diagram lintasan merupakan sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan ide dasar dari model SEM. Dalam penelitian ini pengujian kecocokan model menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*). Tujuannya untuk mengukur derajat kecocokan atau *Goodness of Fit* (GOF) yang akan dioperasikan dengan program AMOS 18. Alasan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SEM karena memungkinkan pengukuran sebuah rangkaian hubungan yang relative rumit secara simultan. *Goodness of Fit* sebuah model bisa diukur dengan:

1. Chi Square
Merupakan alat uji yang paling fundamental untuk mengukur *overall fit*, dan sangat sensitif terhadap jumlah Statistik *Chi-Square* (χ^2) makin kecil makin baik ($p > 0,05$) artinya model makin baik.
2. GFI
Merupakan indeks kesesuaian yang akan menghitung proporsi tertimbang dari varian dalam matriks kovarian sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarian populasi yang trestimasikan. GFI dengan nilai $\geq 0,90$ merupakan model yang baik (*better fit*).
3. AGFI
Merupakan analog dengan koefisien determinasi (R^2) pada analisis regresi berganda. Tingkat penerimaan yang direkomendasi adalah bila $AGFI \geq 0,90$.
4. RMSEA
Adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi statistik *chi-Square* (χ^2). Jika nilai RMSEA $\leq 0,08$ dikatakan model dalam keadaan baik.
5. CMIN/DF
Umumnya dilaporkan oleh peneliti sebagai salah satu indikator mengukur tingkat fitnya sebuah model. Nilai χ^2 relatif $\leq 2,0$ bahkan CMIN/DF $\leq 3,0$ adalah indikasi dari model fit dengan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Croanbach alpha	Keterangan
1	Softskills (SS)	0,862	Reliabel
2	Reliability (R)	0,835	Reliabel
3	Service Quality (SQ)	0,836	Reliabel
4	Customer Satisfaction (CS)	0,837	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2014

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai *alpha* di atas 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pembentuk variabel penelitian ini adalah reliabel.

Uji Validitas

Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4
Hasil Uji Validitas

No	Variabel dengan Indikatornya	Corrected Item-Total Correlation	>/<	Batas signifikan	Keterangan
1	Softskills (SS)				
	- SS1	0,744	>	0,3	Valid
	- SS2	0,722	>	0,3	Valid
	- SS3	0,750	>	0,3	Valid
2	Reliability (R)				
	- R1	0,640	>	0,3	Valid
	- R2	0,754	>	0,3	Valid
	- R3	0,699	>	0,3	Valid
3	Service Quality (SQ)				
	- SQ1	0,685	>	0,3	Valid
	- SQ2	0,746	>	0,3	Valid
	- SQ3	0,666	>	0,3	Valid
	- SQ4	0,583	>	0,3	Valid
4	Customer Satisfaction (CS)				
	- CS1	0,663	>	0,3	Valid
	- CS2	0,701	>	0,3	Valid
	- CS3	0,737	>	0,3	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2014

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa keseluruhan indikator mempunyai nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar daripada 0,3 artinya keseluruhan indikator *valid* sehingga dapat dikatakan instrumen pembentuk variabel laten juga *valid* untuk digunakan.

Uji Kecocokan Model

Hasil uji kecocokan model dapat dilihat pada tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5
Hasil Uji Kecocokan Model Penelitian

<i>Goodness of Fit</i>	<i>Index Cut-Off</i>	Value Hasil Uji	Keterangan
Chi-Square	> 0,05	120,702	Baik
Derajat Bebas (DF)	Positif	51	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,05	Baik
CMIN/DF	≤ 3	3,66	Moderat
GFI	≥ 0,9	0,806	Moderat
AGFI	≥ 0,9	0,701	Moderat

Ukuran kecocokan model penelitian dapat dilihat pada tabel 5 di atas yang menunjukkan cukup baik untuk diinterpretasi, sehingga model dapat dikatakan cocok untuk dianalisis lebih lanjut.

Pengujian Hipotesis

Pengujian H1 dan H2 dengan Persamaan Regresi Berganda Tahap 1

Pengaruh *Softskills* dan *Kehandalan* terhadap *Kualitas Pelayanan* dianalisis menggunakan persamaan regresi berganda Tahap 1. Dari hasil perhitungan dengan program SPSS diperoleh hasil seperti pada tabel 6 berikut ini.

Tabel 6
Regresi *Softskills* dan *Kehandalan (Reliability)* terhadap *Kualitas Pelayanan*

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	135.082	2	67.541	11.301	.000 ^a
Residual	699.243	117	5.976		
Total	834.325	119			

a. Predictors: (Constant), RELIABILITY, SOFTSKILL

b. Dependent Variable: SERVICE QUALITY

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.434	1.278		6.600	.000
SOFTSKILL	.277	.096	.265	2.889	.005
RELIABILITY	.273	.114	.219	2.388	.019

a. Dependent Variable: SERVICE QUALITY

Berdasarkan Tabel 6 dapat dijelaskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = 0,265X_1 + 0,219X_2$. Uji ANOVA atau F tes menghasilkan 11,301 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05; maka dapat dikatakan bahwa *Softskills* dan *Kehandalan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Kualitas Pelayanan*. Uji t statistik menghasilkan 2,889 untuk *softskills* dengan probabilitas signifikansi 0,005 atau lebih kecil dari 0,05. Jadi telah terbukti bahwa *softskills* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Kualitas Pelayanan* (H1). Uji t statistik selanjutnya menghasilkan 2,388 untuk *kehandalan* dengan probabilitas signifikansi

sebesar 0,019 atau lebih kecil dari 0,05. Maka telah terbukti bahwa kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan (H2).

Pengujian Hipotesis H3, H4 dan H5 dengan Persamaan Regresi Berganda Tahap 2

Pengaruh *Softskills*, Kehandalan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dianalisis menggunakan persamaan regresi berganda Tahap 2. Dari hasil perhitungan dengan program SPSS diperoleh hasil seperti pada tabel 7 berikut ini.

Tabel 7
Regresi *Softskills*, Kehandalan, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	188.095	3	62.698	17.556	.000 ^a
Residual	414.271	116	3.571		
Total	602.367	119			

a. Predictors: (Constant), SERVICE QUALITY, RELIABILITY, SOFTSKILL

b. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.563	1.157		2.215	.029
SOFTSKILL	.193	.077	.218	2.523	.013
RELIABILITY	.290	.090	.273	3.206	.002
SERVICE QUALITY	.213	.071	.251	2.983	.003

a. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Berdasarkan Tabel 5.11 dapat dijelaskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 0,218X_1 + 0,273X_2 + 0,251X_3$. Uji ANOVA atau F tes menghasilkan 17.556 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa *Softskills*, Kehandalan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Uji t statistik menghasilkan 2,523 untuk *Softskills* dengan probabilitas signifikansi 0,013 atau lebih kecil dari 0,05. Jadi telah terbukti bahwa *Softskills* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (H3). Uji t statistik selanjutnya menghasilkan 3,206 untuk Kehandalan dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,049 atau lebih kecil dari 0,002. Maka telah terbukti bahwa Kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (H4). Uji t statistik yang terakhir menghasilkan 2,983 untuk Kualitas Pelayanan dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,003 atau lebih kecil dari 0,05. Terbukti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (H4).

Pengujian H6 dan H7 dengan Analisis Jalur

Pengaruh *Softskills* dan Kehandalan terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Intervening dianalisis menggunakan Analisis Jalur dengan menentukan nilai pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Hasil pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8
Nilai Pengaruh Langsung Regresi Tahap 1

Regresi	Beta	Sig	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
<i>Softskills</i> → <i>Service Quality</i>	0,265	0,005	0,265	-	0,265
<i>Reliability</i> → <i>Service Quality</i>	0,219	0,019	0,219	-	0,219

Tabel 9
Nilai Pengaruh Langsung Regresi Tahap 2

Regresi	Beta	Sig	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
<i>Softskills</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,218	0,013	0,218	-	0,218
<i>Reliability</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,273	0,002	0,273	-	0,273
<i>Service Quality</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,251	0,003	0,251	-	0,251

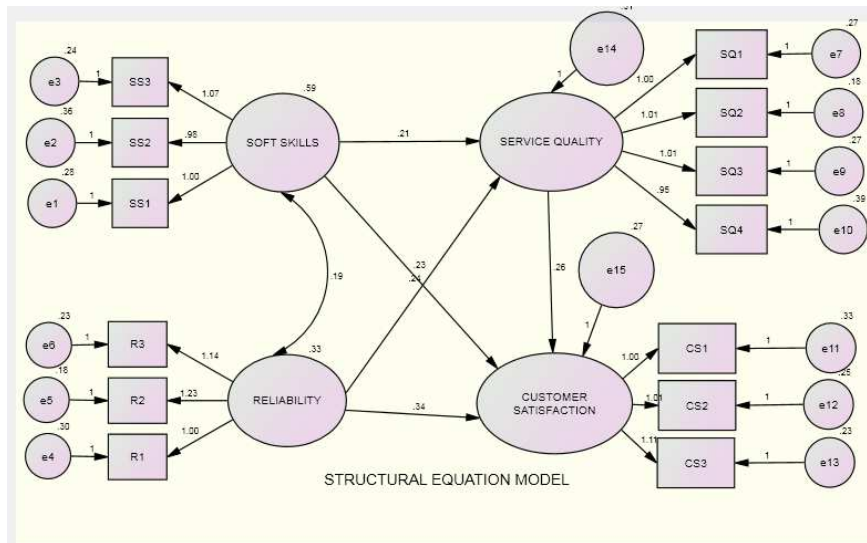
Pengaruh langsung dari Model Regresi Tahap 1 dan Tahap 2 menunjukkan tingkat signifikansi dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan dari semua variabel independen intervening terhadap variabel dependen. Jika ada salah satu model yang tidak signifikan maka model tidak dapat digunakan dalam penelitian. Adapun nilai pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dilihat pada tabel 10 di bawah ini.

Tabel 10
Nilai Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Regresi	Beta	Sig	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
<i>Softskills</i> → <i>Service Quality</i>	0,265	0,005	0,265		0,265
<i>Reliability</i> → <i>Service Quality</i>	0,219	0,019	0,219		0,219
<i>Softskills</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,218	0,013	0,218	$0,265 \times 0,273 = 0,072$	0,290
<i>Reliability</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,273	0,002	0,273	$0,219 \times 0,273 = 0,06$	0,333
<i>Service Quality</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,251	0,003	0,251		0,251

Dari tabel 10 di atas, maka *softskills* berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Nasabah dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 sebesar 0,265 dan pengaruh tidak langsung melalui Kualitas Pelayanan sebesar 0,072. Dengan demikian terbukti bahwa Kualitas Pelayanan merupakan variabel intervening positif. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Softskills* terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Pelayanan sebagai *variabel intervening* (H6). Kehandalan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Nasabah dengan tingkat signifikansi dibawah

0,05 sebesar 0,219 dan pengaruh tidak langsung melalui Kualitas Pelayanan sebesar 0,06. Dengan demikian terbukti bahwa Kualitas Pelayanan merupakan variabel intervening positif. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kehandalan terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Pelayanan sebagai *variabel intervening* (H7). Hasil pengujian menggunakan analisis jalur dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Hasil Uji Analisis Jalur

Pembahasan

1. Pengaruh *Softskills* terhadap Kualitas Pelayanan (H1)

Dari perhitungan dengan Uji t statistik diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa *softskills* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada kantor BPR di Kota Semarang. Pengaruh yang kuat ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai *softskills* karyawan BPR di Kota Semarang telah berhasil meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Jadi jika karyawan BPR memiliki keterampilan berkomunikasi yang baik, selalu sabar dalam menangani keluhan pelanggan, bersikap santun dengan tata bahasa yang baik maka akan berdampak pada peningkatan kualitas pelayanan hotel di Kota Semarang.

2. Pengaruh Kehandalan terhadap Kualitas Pelayanan (H2)

Dari perhitungan dengan Uji t statistik diperoleh nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa kehandalan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada kantor BPR di Kota Semarang. Pengaruh ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai kehandalan karyawan BPR di Kota Semarang telah berhasil meningkatkan kualitas pelayanannya. Jadi jika karyawan BPR senantiasa menjaga kehandalan dalam pelayanan seperti kehandalan dalam proses antrian, kehandalan dalam pemberian informasi, kehandalan dalam penanganan nasabah, dan kehandalan dalam menyediakan pelayanan maka akan berdampak pada peningkatan kualitas pelayanan pada nasabah BPR di Kota Semarang.

3. Pengaruh *Softskills* Terhadap Kepuasan Nasabah (H3)

Dari perhitungan dengan Uji t statistik diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,00$. Hal ini menyatakan bahwa *softskills* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan

Nasabah hotel di Kota Semarang. Pengaruh yang positif ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai *softskills* karyawan BPR di Kota Semarang telah berhasil meningkatkan Kepuasan Nasabah hotel. Jadi jika manajemen hotel mampu meningkatkan *softskills* karyawannya dengan selalu memberikan penguatan *softskills* dalam bekerja atau melayani nasabah maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah BPR di Kota Semarang. Kepuasan nasabah semakin meningkat karena segala kebutuhan dan harapannya dapat terpenuhi, *softskills* karyawan yang senantiasa diterapkan sesuai kebutuhan nasabah dan pengelolaan manajerial seperti SOP dan SIM dapat berjalan dengan baik dan memuaskan pelanggan.

4. Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah (H4)

Dari perhitungan dengan Uji t statistik diperoleh nilai signifikan sebesar $0,049 < 0,00$. Hal ini menyatakan bahwa keandalan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR di Kota Semarang. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai keandalan karyawan BPR di Kota Semarang telah berhasil meningkatkan kepuasan nasabah. Jadi jika manajemen BPR mampu meningkatkan keandalan karyawannya dalam melayani pelanggan maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah BPR di Kota Semarang.

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (H5)

Dari perhitungan dengan Uji t statistik diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR di Kota Semarang. Pengaruh yang kuat ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai kualitas pelayanan nasabah BPR di Kota Semarang telah berhasil meningkatkan Kepuasan Nasabah. Jadi jika manajemen BPR mampu meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan seperti meningkatkan ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan karyawan, kelengkapan sarana – dan prasarana, kemudahan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan, karyawan mampu mengembangkan variasi dalam pelayanan, melayani pelanggan seperti melayani dirinya sendiri dan kenyamanan pelanggan dalam memperoleh pelayanan maka akan berdampak pada peningkatan Kepuasan Nasabah.

6. Pengaruh *Softskills* Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening (H6)

Softskills berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Nasabah dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 sebesar 0,243 dan pengaruh tidak langsung melalui Kualitas Pelayanan sebesar 0,050. Kualitas pelayanan dapat merupakan variabel intervening positif antara pengaruh *softskills* terhadap Kepuasan Nasabah. Intervening positif ini menunjukkan bahwa manajemen BPR selain berusaha meningkatkan *softskills* karyawannya juga harus memperhatikan peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah sehingga kepuasan nasabah semakin meningkat. Oleh karena itu *softskills* karyawan dan kualitas pelayanan secara keseluruhan merupakan dua hal yang tidak terpisahkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah BPR di Kota Semarang.

7. Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening (H7)

Keandalan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Nasabah dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 sebesar 0,284 dan pengaruh tidak langsung melalui Kualitas Pelayanan sebesar

0,019. Kualitas pelayanan dapat merupakan variabel intervening positif antara pengaruh kehandalan terhadap Kepuasan Nasabah. Intervening positif ini menunjukkan bahwa manajemen BPR selain meningkatkan kehandalan karyawan juga harus memperhatikan peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah sehingga kepuasan nasabah juga semakin meningkat. Oleh karena itu kehandalan karyawan dan kualitas pelayanan secara keseluruhan merupakan dua hal yang tidak terpisahkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah BPR di Kota Semarang.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. *Softskills* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.
2. Kehandalan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.
3. *Softskills* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
4. Kehandalan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
6. Kualitas pelayanan dapat menjadi variabel intervening positif antara pengaruh *Softskills* terhadap Kepuasan Nasabah.
7. Kualitas pelayanan dapat menjadi variabel intervening positif antara pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan Nasabah.

Saran

1. Manajer BPR di Kota Semarang secara keseluruhan harus dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan cara memperbaiki *softskills* dan Kehandalan dengan mengirim karyawan dalam program pelatihan.
2. Bentuk-bentuk program pelatihannya meliputi Pelatihan Berbasis Kompetensi, Berjenjang, Demand Driven, Institutional/Pemagangan yang berbasis SKKNI (Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia). Selain itu pembinaan softskill masuk dalam Konsep 3 in 1 Plus (Pelatihan, Sertifikasi, Penempatan plus Magang Kerja), pembinaan produktivitas dan managerial skill. Pelaksana pembinaan program manajerial dan softskill bagi tenaga kerja dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis Pengembangan Produktivitas Tenaga Kerja (UPT-PPTK) Disnakertransduk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D. dan Rosinta, F. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dalam Membentuk Loyalitas. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17(2): 114-126.
- Aviliani dan Wilfridus. 1997. Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Layanan. *Manajemen Usahawan Indonesia*. No. 05, TH XXVI, Mei.
- Cooper, D.R., & Schindler, P.S. 2006. *Business Research Methods*. 9th ed. McGraw-Hill. New York.
- Elfindri. 2011. *Soft Skills Untuk Pendidik*. Baduose Media. Padang.

- Fahmi, Hidayah dan Wasil. 2013. Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Lembuswana Samarinda, *Publikasi Ilmiah Universitas Mulawarman*, 35(3): 1.
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gronroos, C. 2000. *Service Management And Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. 2th ed. JohnWiley & Sons. Ltd. Chichester.
- Hastuti, E dan Supandi. 2009. *Aksesibilitas Masyarakat Terhadap Kelembagaan Pembiayaan Pertanian di Pedesaan*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Departemen Pertanian.
- Illah Sailah. 2008. *Pengembangan Soft Skills Di Perguruan Tinggi*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. Jakarta.
- Iyo Mulyono. 2011. *Dari Karya Tulis Ilmiah Sampai Dengan Soft Skills*. Yrama Widya. Bandung.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lovelock, C., and Wright., L. 2002. *Principles Of Service Marketing And Management*. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Palilati, Alida. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1): 73-81.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Robbins, S., 2006. *Perilaku Organisasi*, PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Samuel, H. 2006. Ekspektasi Pelanggan Dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Modern Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2) : 57.
- Singarimbun, M dan Effendi, S. 2000. *Metode Penelitian, Survey LP3ES*. Jakarta.
- Solimun. 2002. *Analisis Data Statistika: Metode Kuantitatif Untuk Ekonomi*. Fakultas MIPA Universitas Brawijaya. Malang.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabet. Bandung.
- Sukmadinata, N. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.

Sureshchandar, G.S., Chandrasekharan Rajendran and R.N. Anantharaman. 2002. The Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction-A Factor Specific Approach. *The Journal of Services Marketing*. 16(4): 363-390.

Suryabrata, Sumadi. 2004. *Metode Penelitian*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.