

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Yang Menjadi Pengguna Transportasi Online Gojek)

Oleh

Awaludin Arfan*)

Budi Wahono)**

Khalikussabir*)**

Email : awaludin.arfan@gmail.com

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality and trust on customer satisfaction who are Gojek users at the Islamic University of Malang. This study uses two independent variables, namely service quality and trust. With one dependent variable, namely customer satisfaction. After conducting literature and field reviews and formulating hypotheses, the data in this study were collected by distributing questionnaires to 50 people or students of the Islamic University of Malang who had used Gojek Indonesia online transportation as the research sample. The sampling technique used was purposive sampling.

The data analysis method used is quantitative analysis, namely the validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test and f test as well as the coefficient of determination. Based on data analysis, the results of this study are valid and reliable. In the classical assumption test, data is normally distributed, heteroscedasticity and multicollinearity do not occur. In the tangible hypothesis test, responsiveness, assurance and empathy do not have a significant effect on customer satisfaction. And the reliability hypothesis test has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keyword : Service quality, trust, and customer satisfaction

PENDAHULUAN

Perusahaan transportasi berbasis aplikasi merupakan salah satu penjual jasa yang terkait secara aktif dan langsung berinteraksi dengan konsumen. Saat ini begitu banyak perusahaan yang menawarkan layanan transportasi online, mulai dari transportasi roda dua atau ojek yang disediakan oleh Go-Jek Indonesia serta transportasi online dengan armada taksi online yang disediakan oleh perusahaan Uber, Grab Car dan Go-Car. Masing-masing perusahaan berlomba menarik

konsumen dengan menyediakan berbagai fasilitas kendaraan dan pelayanan yang terbaik sebagai wujud kualitas pelayanan.

Transportasi merupakan salah satu kunci perkembangan dan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Terdapat hubungan erat antara transportasi dengan jangkauan dan lokasi kegiatan manusia, barang-barang dan jasa. Dalam kaitan dengan kehidupan manusia, transportasi memiliki peranan signifikan dalam aspek-aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik dan pertahanan keamanan. Dalam aspek perekonomian, transportasi mempunyai pengaruh yang besar. Menurut (Bayuningrat dkk, 2013) Bahkan data menunjukkan salah satu kendala yang dihadapi dalam kalangan industri adalah sektor transportasi.

Menurut Tjiptono (2006:51) Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Penampilan fisik pelayanan, karyawan, dan komunikasi akan memberikan warna dalam pelayanan pelanggan. Tingkat kelengkapan peralatan atau teknologi yang digunakan akan berpengaruh pada pelayanan pelanggan.

Menurut (Atmawati dan Wahyuddin, 2007:3) Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas, jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan terkait dan mencerminkan kredibilitas perusahaan dalam pelayanan. Tingkat kompetensi perusahaan juga dapat dilihat dari sini, sejauh mana tingkat kemampuan perusahaan dapat ditunjukkan

Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan agar merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti (Atmawati dan Wahyuddin, 2007: 2) : hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi diatas itulah alasan penulis mengangkat judul “ pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Yang Menjadi Pengguna Transportasi Online Go Jek)

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online Go-Jek Malang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Go-Jek Malang ?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Go-Jek Malang ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online Go-Jek Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online Go-Jek Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi online Go-Jek Malang.

Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian atau referensi bagi mahasiswa Universitas Islam Malang dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis.
2. Manfaat Praktis
Bagi peneliti sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman serta mengamati secara langsung dunia bisnis dan perusahaan dan sebagai alat untuk mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh selama kuliah
3. Bagi Go-Jek Malang
Sebagai harapan yang dapat menjadi suatu bahan evaluasi terhadap kualitas, kepercayaan dan berguna sebagai masukan bagi perusahaan yang bersangkutan dimasa yang akan datang. Sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan-keputusan tingkat manajerial untuk menentukan

langkah-langkah dalam meningkatkan kepuasan karyawan di masa yang akan datang.

Tinjauan Teori

Penelitian terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Bayuningrat dkk (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi Taksi New Atlas Kota Semarang” Tipe penelitian yang digunakan bersifat *eksplanatory research*, metode pengumpulan data menggunakan wawancara lisan dan alat pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel sebesar 100 responden pengguna jasa transportasi New Atlas Taksi melalui teknik *Nonprobability Sampling* yaitu dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* (teknik penentuan sampel berdasarkan syarat tertentu). Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t dan uji F dengan alat bantu SPSS 20. Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa Sebesar 61,8% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan 57,1% dijelaskan oleh variabel kualitas produk. Sebesar 15,2% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan 15,4% Dijelaskan oleh variabel kualitas produk. Kepuasan pelanggan menjadi mediator “penguat” terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan adanya pengaruh tidak langsung sebesar 26,7% dari variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Lintang Ayu Setyani (2014) dengan judul “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan” Perusahaan yang bergerak dibidang jasa haruslah dapat mempertahankan reputasi yang baik dimata pelanggannya. Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas akan cenderung memberikan kepuasan dan kepercayaan yang lebih kepada pelanggan yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut. Tanpa memperhatikan kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan maka jangan harap perusahaan dapat terus mempertahankan image dimata pelanggan penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan serta untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rifaldi dkk (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap

Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta” jumlah responden sebanyak 82 orang mahasiswa yang di deskripsikan menurut jenis kelamin, program studi, semester, dan umur. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel kualitas pelayanan sebagai variabel *independent* (bebas) dengan menggunakan lima indikator penelitian, yaitu Bukti tampilan (*Tangibles*), Kehandalan (*Reability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*). Dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel *dependent* (terikat) dengan menggunakan lima indikator penelitian, yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, dan Biaya. Persamaan regresi pada penelitian ini adalah $Y = 31,786 + 0,672X$. Berdasarkan hasil analisis korelasi sederhana didapatkan korelasi yakni 0,641 yang berarti terjadi hubungan yang sedang dengan hubungan yang positif karena nilai R positif. Sedangkan berdasarkan hasil indeks determinasi, presentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 41,1% yang berarti menunjukkan hubungan yang sangat kuat.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan regresi sederhana dengan program **SPSS**. Populasi yang digunakan adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa perawatan kulit wajah di Griya Kecantikan Aura. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan teknik pemilihan sampel menggunakan *accidental sampling*.

1. Kualitas Layanan

Kondisi dinamis terkait dengan produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan.

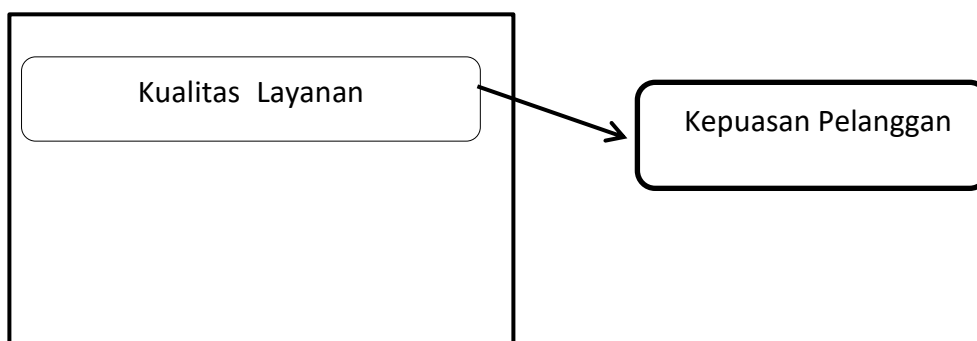
2. Kepercayaan

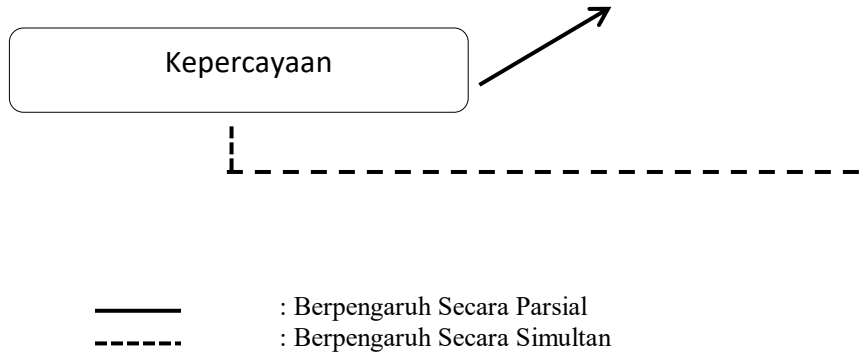
Kepercayaan adalah pengembangan dari pengalaman dan tindakan masa lalu, karakter yang dapat dipercaya dan andal, kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri Anda pada risiko, kepercayaan melibatkan perasaan aman dan percaya diri pada pasangan

3. Kepuasan Pelanggan

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk dengan kinerja yang diharapkan

Kerangka Konseptual





Sumber Dan Metode Analisis Data

Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi Sekaran (2011:242).

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada Sekaran (2012:76).

Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan satu set pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu Sugiyono (2013:240). dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner merupakan salah satu alat yang digunakan dalam pengumpulan data sebagai instrumen penting yang harus dilakukan pengujian terlebih dahulu. Uji validitas menguji korelasi antara skor item dengan skor total masing-masing variabel.

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa instrumen variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan, pada mahasiswa universitas islam malang adalah valid, karena terbukti r hitung lebih besar dari pada r tabel pada tingkat signifikan 5%.

b. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbac'h Alpha	Keterangan
Kepuasan pelanggan	0,639	Reliabel
Kualitas pelayanan	0,791	Reliabel
Kepercayaan	0,679	Reliabel

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat dipercaya dan konsisten Ghazali (2013,47). Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, hal tersebut dibuktikan dari nilai koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal Ghazali (2009:147).

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	x1	x2	Y
N	50	50	50
Normal Parameters ^a			
Mean	36.1800	10.6800	11.3200
Std. Deviation	4.74961	2.09411	1.67137
Most Extreme Absolute Differences	.148	.127	.136
Positive	.148	.127	.136
Negative	-.105	-.093	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z	1.049	.900	.961
Asymp. Sig. (2-tailed)	.221	.392	.314

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data diolah 2020

Dari grafik diatas, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan model regresi layak dipakai atau berdistribusi normal.



e – Jurnal Riset Manajemen **PRODI MANAJEMEN**
Fakultas Ekonomi Unisma
website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolineritas

coefficients

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	55.826	10.662		5.236	.000		
	Kualitas pelayanan	-.428	.972	-.049	-.441	.661	.991	1.009
	Kepercayaan	.174	.174	.118	1.001	.320	.902	1.108
	Kepuasan pelanggan	1.056	.325	.384	3.248	.002	.895	1.117

Sumber : Data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance inflation factor* (VIP) variabel X1 (kualitas pelayanan) adalah sebesar 1,009 artinya lebih kecil dari 10 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,991 > 0,1, nilai VIF variabel X2 (kepercayaan) sebesar 1,108 dengan nilai *tolerance* 0,902, dan nilai VIF X3 (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 0,895 lebih kecil dari 10 dengan nilai *tolerance* sebesar 1,117 > 1 Kesimpulannya adalah model regresi pengaruh jaminan sosial, motivasi kerja, dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai tidak terjadi gejala Multikolinieritas.

b. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.651	.989		.658	.514		
	x1	.002	.035	.013	.067	.947	.588	1.701
	x2	.032	.080	.076	.403	.689	.588	1.701

a. Dependent Variable: abres

Dari grafik di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006: 105). Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, yang bertujuan untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat prediksi perkiraan nilai Y atas X.

Menurut Sugiyono (2010:227) analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = \alpha + \beta_{(1)}X_1 + \beta_{(2)}X_2 + \varepsilon$$

Keterangan

- Y : Variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan
 X₁ : Variabel independen yaitu kualitas pelayanan
 X₂ : Variabel independen yaitu kepercayaan
 α : Nilai Konstanta Regresi
 β₁, β₂ : Koefisien regresi
 ε : eror

a. Uji Statistik F

Hasil Uji F
ANOVA (a)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2885.694	3	961.898	96.718	.000 ^b
	Residual	735.960	74	9.945		
	Total	3621.654	77			

Sumber : Data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas nilai sig. Sebesar 0.00 yaitu lebih kecil dari 0,05 maka secara simultan terdapat pengaruh antara jaminan sosial, disiplin kerja, motivasi kerja terhadap kinerja pegawai pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Tulungagung

b. Uji Statistik t

Hasil Uji t

Coefficients(b)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.089	2.092		-.042	.966
	Kualitas pelayanan	.672	.114	.702	5.907	.000
	Kepuasan pelanggan	.260	.116	.260	2.237	.028
	Kepercayaan	.052	.020	.060	2.628	.010

Data diolah 2020

Dari tabel uji t disimpulkan bahwa :

1. Nilai signifikansi jaminan sosial terhadap Kepuasan pelanggan $0,000 < 0,05$ artinya ada pengaruh jaminan sosial terhadap Kualitas pelayanan
2. Nilai signifikansi kepercayaan pelanggan terhadap Kepuasan pelanggan $0,028 > 0,05$ artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kualitas pelayanan
3. Nilai signifikansi Kepuasan pelanggan terhadap kinerja pegawai $0,010 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh terhadap Kualitas pelayanan

Table 1

Jumlah dan Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Mahasiswa Pengguna Gojek

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase
1.	LAKI-LALI	39	78
2.	PEREMPUAN	11	22
	Jumlah total	50	100

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin Laki-laki adalah sebesar 39 orang dan perempuan 11 orang.

Table 2
Jumlah dan Prosentasi Responden
Berdasarkan Komposisi Mahasiswa Pengguna Gojek

No	Komposisi Umur	Jumlah responden	Prosentase
1.	19 tahun	14	28
2.	20 tahun	9	18
3.	21 tahun	8	16
4.	22 tahun	9	18
5.	23 tahun	10	20
	Jumlah	50	100

Berdasarkan table menunjukan bahwa responden yang terbanyak adalah berumur 19 & tahun sebanyak 14 orang atau(28%), diikuti dengan usia responden berumur 23 tahun sebanyak 10 orang atau (20%), sebanyak 9 orang atau (18%) berumur antara 20 tahun, selanjutnya umur antara 22 tahun memiliki jumlah dan prosentase yang sama yaitu 9 orang atau (18%) dan 8 orang atau (16%) untuk responden yang berumur 21 tahun.

Tabel 3 Karakteristik Berdasarkan Fakultas

No	Semester	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ekonomi	22	44%
2	Hukum	16	32%
3	Agama Islam	12	24%
Total		50	100%

Sumber: Data Primer (2018)

Dari tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa responden yang berada difakultas ekonomi lebih banyak yaitu 22 orang dengan persentasi 44%. Responden yang berada difakultas Hukum sebanyak 16 orang dengan persentasi 32%. Responden yang berada difakultas Agama Islam sebanyak 12 orang dengan persentasi 24%. yang berpendidikan Diploma/Akademik,

Terkait dengan penelitian ini, pengetahuan responden dapat membantu penelitian ini dalam mendapatkan jawaban rasional atas pertanyaan dalam kuesioner

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu :

- a. Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini karena hasil memberikan makna bahwa tingkat kepercayaan yang diberikan oleh dua variabel independen lebih tinggi dari tingkat kepercayaan yang diperlukan. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel, Kualitas Layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- b. Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini karena hasil memberi makna bahwa tingkat kepercayaan yang diberikan lebih tinggi dari tingkat kepercayaan yang diperlukan. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel Trust mempengaruhi kepuasan pelanggan

SARAN

Berdasarkan hasil analisis diskusi dan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT Gojek Indonesia memberikan pelatihan pada *driver* untuk meningkatkan keahlian.
2. Bagi PT Gojek Indonesia, meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Bagi PT Gojek Indonesia, meningkatkan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Amir, M. Taufiq, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000
- Amirullah, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Arsip dan dokumentasi KJKS Insan Sejahtera Cabang Cepiring. Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Bashith, Abdul, *Islam dan Manajemen Koperasi: Prinsip dan Strategi Pengembangan Koperasi Di Indonesia*, Malang: UIN-malang press, cetakan 1, 2008.
- Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2006. Baswir, Revisond, *Koperasi Indonesia*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002.

- Dirgantoro, Crown, *Manajemen Strategik*, Jakarta: PT Grasindo, 2001. Fuad, M. dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Undip, Cetakan IV, 2006. Indriyo, Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001. Karim, Adiwarman A., *Bank Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Kartajaya, Hermawan dan Sula, Muhammad Syakir, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan pustaka, 2006.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Muhammad, *Sistem dan Prosedur Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Tim UII Press, 2000
Pearce dan Robinson, *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1997
Porter, Michael E., *Strategi Bersaing; Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, Jakarta: Erlangga, terjemah Agus Maulana, 1980.
- Priyatno, Dwi, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, Yogyakarta: MediaKom, 2008.
- Qardhawi, Muhammad Yusuf, *Halal Dan Haram Dalam Islam*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2002. Rahardjo, Mugi, *Pemasaran Lembaga Keuangan Perbankan*, Surakarta: UNS Press, 2009. Rambat, Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, cetakan pertama, edisi kedua, Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Ridwan, Ahmad Hasan, *BMT Bank Islam*, Bandung: Pustaka Bany Quraisy, 2004.
Ridwan, Muhammad, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press, 2004.
- Rokhman, Khusnur, *Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Positioning Produk Terhadap Motivasi Nasabah Berinvestasi Di Bank Syariah (Studi Pada Produk Shar-E Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang)*, Fakultas Syareah IAIN Walisongo Semarang, 2009.
- Sholahudin, *Ekonomi Islam*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006.



Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi & Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004.

Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberti Yogyakarta, 2002.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Suyanto, M., *Analisis Dan Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2004.

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008.

Umar, Husein, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Uyanto, Stanislaus S., *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.

Wahjono, Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Awaludin Arfan adalah alumni mahasiswa FEB unisma
Budi Wahono, SE, MM **) adalah dosen tetap FEB unisma
Khalikussabir, SE, MM *)** adalah dosen tetap FEB unisma