PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BRI SURABAYA

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen

Oleh :

MARIA HANIK DWI ARTIKA
NIM: 2013261077

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama	:	Maria Hanik Dwi Artika
Tempat, tanggal lahir	:	Surabaya, 17 Juli 1988
N.I.M	:	2013261077
Jurusan	:	Manajamen
Program Pendidikan	:	Strata 1
Konsentrasi	:	Manajemen Perbankan
Judul	:	Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 16 November 2016.

(Emma Julianti, S.E., MM)

Ketua Program Sarjana Manajemen
Tanggal : 17 November 2016

(Dr. Muazaroh, S.E., MT)

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BRI SURABAYA

Maria Hanik Dwi Artika
STIE Perbanas Surabaya
Email : dwiartika17@gmail.com

Emma Julianti
STIE Perbanas Surabaya
Email: emma@perbanas.ac.id
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The purpose of the research is to examine the influence service quality and bank image on customers satisfaction BRI Bank in Surabaya. Here are two independent variables and dependent variable, two independent variables are service quality and bank image while one dependent variabe is customers satisfaction The study was conducted in the city of Surabaya by taking a sample of 66 respondents using purposive sampling method or judgement sampling method. Collecting data using a questionnaire instrument with 5-point Likert scale. Hypothesis testing is performed by multiple linear regression. The result of the research indicated that variable service quality doesn't effect the customers satisfaction, bank image influence significantly to customers satisfaction BRI Bank in Surabaya, while service quality and bank image simultaneusly influence significantly to customers satisfaction BRI bank in Surabaya.

Key words : Service Quality, Bank Image and Customers Satisfaction.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan industri perbankan membuat persaingan antar bank semakin ketat dalam menjaga nasabahnya pangsa pasar yang ada. Semakin ketatnya persaingan saat ini bank sulit untuk menjaga kesetian nasabahnya agar tidak berpindah pada bank pesaing.

Untuk memenangkan persaingan bank harus bisa menigkatkan pelayanannya dan memberikan nilai tambah pada produk dan jasa kepada nasabah. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah dengan harapan nasabah tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank, karena kepuasan nasabah merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh manajemen bank.

Pelayanan yang baik merupakan daya tarik nasabah sehingga perusahaan memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang baik dengan bank dalam waktu jangka panjang dengan begitu bank dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Tabel 1
Indeks Kepuasan Nasabah

NAMA BANK	PERINGKAT				
	2010	2011	2012	2013	2014
BCA	1	1	1	1	1
BII	6	7	9	6	2
BANK MANDIRI	2	2	2	3	3
BNI	3	3	3	2	4
BANK BRI	5	5	5	4	5
CIMB NIAGA	8	8	7	7	6
BANK DANAMON	4	6	5	5	7
BANK BTN	7	10	8	9	8
BANK PERMATA	10	9	10	10	9
BANK PANIN	9	4	6	8	10

Sumber data: MarkPlus Infobank, Januari 2014.

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa indeks kepuasan nasabah Bank BRI selama 5 tahun terakhir mulai tahun 2010 sampai tahun 2014 menempati peringkat ke-5 artinya bank BRI perlu memperbaiki diri untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya dengan memperbaiki kualitas layanannya.

Kepuasan nasabah merupakan prioritas utama bagi dunia perbankan.Hal tersebut dilakukan karena kenyataanya nasabah tidak puas terhadap produk atau jasa yang digunakan dan akan mencari penyedia jasa dari bank lain yang mampu memuaskan kebutuhan nasabah.

Citra dalam suatu perusahaan sangatlah penting dalam kenyataanya bahwa citra sebagai identitas saja untuk membedakanya dengan perusahaan lain. Dalam dunia perbankan citra sangatlah penting agar nasabah mau menggunakan produk atau jasa bank. Ayidin dan Ozer dalam Gan *et al* (2011) mengkaim bahwa citra bank berasal dari pengalaman konsumsi nasabah pada gilirannyan citra menentukan persepsi kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Berdasarkan penyataan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang pengaruh kualitas layanan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah di Surabaya.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lainnya yang memenuhi melebihi harapan (Fandy Tjiptono,2008:82).

Kualitas layanan berasal dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan maka kualitas layanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (2008:258).

Adalima dimensi dalam menentukan kualitas yaitu bukti langsung, keandalan daya tanggap jaminan dan empati (FandyTjiptono,2008:302), sedangkan dalam penelitian Sabir et al, (2014) kualitas layanan dapat diukur dengan indikator bukti langsung, keandalan, daya tanggap dan jaminan.

Citra Bank

Citra merupakan keyakinan, gagasan dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, maka citra perusahaan merupakan persepsi pelanggan terhadap pelayan yang diterima oleh nasabah (Kotler dan Keller, 2009:302).

Citra perusahaan dihasilkan dengan pengalaman konsumsi pelanggan yang berikutnya akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian Gan et al (2011) citra bank dapat diukur dengan indikator antara lain memiliki citra yang baik dibenak nasabah, bank memiliki kestabilan usaha, dapat dipercaya dibandingkan dengan bank lain dan memiliki citra yang kuat.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan hasil produk atau jasa terhadap hasil yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2009:175). Jika pelayanan dibawah harapan pelanggan maka pelanggan tidak akan merasa puas dan jika pelayanan diatas harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Menurut Gan *et al* (2011) menyatakan bahwa kepuasan nasabah diukur menggunakan indikator tunggal yaitu kepuasan total nasabah ketika berinteraksi dengan bank. Adapun pernyataan yang digunakan yaitu bank dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya, nasabah merasa senang memilih bank x dibandingkan dengan bank lain dan memiilih bank x merupakan pilihan yang tepat, sedangkan dalam penelitian Sabir *et al* (2014) indikator kepuasan antara lain menyampaikan hal-hal positif , melakukan pemasaran dari mulut ke mulut melanjutkan hubungan bisnis dan memiliki preferensi yang kuat.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Parasuraman et al 1985 dan 1988 dalam Uddin dan Akhter (2012) menjelaskan bahwa kualias layanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja. Harapan pelanggan bertindak sebagai dasar untuk mengevaluasi kualitas layanan. Apabila kinerja pelayanan bank lebih besar dari merasa sangat puas sebaliknya jika kinerja pelayanan bank dibawah harapan nasabah, maka nasabah tidak merasa puas. Kualitas layanan yang tinggi akan menyebabkan kepuasan pelanggan juga tinggi.

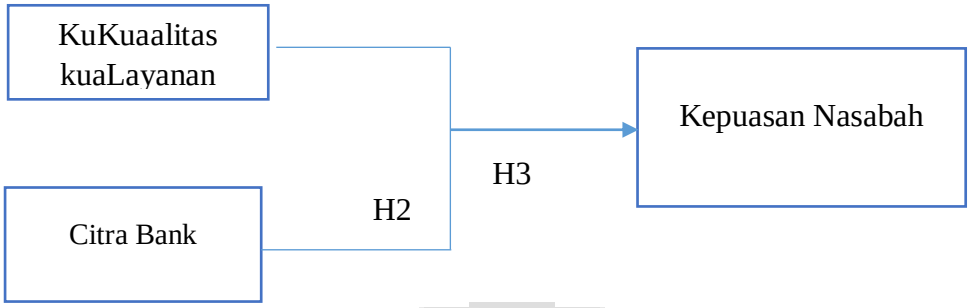
Berdasarksan penelitian terdahulu kualitas layanan berpengaruh signofikan terhadap kepuasan nasabah Karim dan Chowdhury (2014). Hal ini juga dijelaskan pada penelitian Gan et al (2011) bahwa, kualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Pada uraian tersebut maka pada penelitian ini dapat dirumuskan bahwa hipotesis pertama kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

Pengaruh Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah

Citra merupakan kesan yang dimiliki seseorang terhadap perusahaan (Kotler dan Keller,2009:302). Citra juga sebagai cerminan dari identitas dari sebuah perusahaan terutama bagi bank. Bank memilki beberapa citra yang berbeda di benak masyarakat yang berbeda pula. Citra yang dimaksudkan agar bank dapat tetap hidup dan terus berkembang. Oleh karena itu citra bank merupakan salah satu kriteria untuk memilih sebuah perusahaan (Nasef *et al* 1999 dalam Gan et al. 2011).

Citra perusahaan dihasilkan dari pengalaman konsumsi pelanggan terhadap kepuasan nasabah yang kenudian akan menentukan persepsi pelanggan semakin tinggi citra suatu perusahaan maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah Gan et al (2011).

Dari uraian di atas maka pada penelitian ini dapat dirumusksan bahwa citra bank berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran
Sumber: Karim dan Chowdhury (2014); Gan *et al* (2011)

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah perorangan Bank BRI di Surabaya Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah purposive sampling atau judgement sampling, dimana penentuan pengambilan sampelnya ditentukan oleh peneliti sendiri dan berdasarkan pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria adalah sebagai berikut: (1) nasabah tabungan Bank BRI Surabaya, (2) telah menjadi nasabah minimal tiga bulan, (3) melakukan transaksi minimal dua kali dalam satu bulan terakhir, (4) berusia minimal 19 tahun dan (5) produk tabungan yang digunakan.

Sampel data yang diperoleh sebanyak 66 responden dengan cara menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel tersebut ditentukan dengan menggunakan rumus yang telah dikemukakan oleh Van Voorhis dan Morgan (2007) sebagai berikut:

$$N = 50 + 8M$$

Dimana,

N = Jumlah sampel
M = Jumlah variabel bebas

Maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 66 responden.

Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dimana data dimbil secara langsung secara langsung dari objek yang diteliti.

Penelitian ini mengambil sampel pada nasabah BRI Surabaya. Pengambilan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dibeberapa lokasi seperti di konter ATM BRI, Mall, perguruan tinggi yang bekerjasama sama dengan BRI dan PT. Pelindo 3 di Surabaya, dimana karyawannya merupakan nasabah Bank BRI. Kuesioner dibagikan kepada responden yang merupakan nasabah bank BRI, kemudian kuesioner diisi oleh responden, setelah diisi data dikumpulkan dan dianalisis.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini meliputi variabel independen yaitu kualitas layanan dan citra bank, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan nasabah.

Definisi Operasional Variabel

Kualitas Layanan.

Kualitas layanan adalah persepsi nasabah terhadap aspek layanan yang telah diterima oleh nasabah. Kualitas layanan dapat

diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

- Bukti langsung
- Keandalan
- Daya tanggap
- Jaminan
- Empati

Citra Bank

Citra bank adalah suatu persepsi nasabah terhadap Bank BRI di Surabaya. Citra bank dapatdiukurdenganmenggunakan indikatorsebagaiberikut :

- Bank BRI memilki citra yang baik dibenak nasabah
- Bank BRI memilki kestabilan usaha
- Bank BRI lebih dipercaya dibanding dengan bank lain
- Bank BRI memilki kredibilitas yang kuat

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah terhadap hasil pelayanan Bank BRI di Surabaya yang diharapkan. Kepuasan nasabah dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

- Nasabah menyampaikan hal yang positif
- Nasabahmelakukanpemasarandari mulutkemulut
- Nasabah ingin melanjutkan hubungan dengan bank.
- Bank BRI memilki referensi yang kuat

Alat Analisis

Untuk menguji hubungan antara kualitas layanan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Surabaya digunakan model regresi linear berganda (*multiple lnear regression)*melalui program SPSS16.

Alasan dipilihnya model regresi linear berganda karena untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Untuk mengetahui hubungan tersebut, maka berikut ini adalah rumus yang digunakan:

$$(Y) = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + +e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan Nasabah
α	=	Konstanta
X_1	=	Kualitas Layanan
X_2	=	Citra Bank
β_{1-2}	=	Koefisien regresi
e	=	Standart error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

AnalisisDeskriptif

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwatanggapan responden tertinggi untuk variabel kualitas layanan adalah pada indikator KL8 dengan nilai rata-rata 4,23 . Dimana pernyataan KL8 adalah " nasabah merasa aman dalam bertransaksi di Bank BRI". Tanggapan responden terendah terdapat pada indikator KL5 dengan rata-rata sebesar 3,88. Dimana pernyataan KL5 adalah "Bank BRI memiliki keandalan dalam menangani masalah ". Sedangakan nilai rata-rata tanggapan untuk variabel kualitas layanan sebesar 4,07 dengan penilaian "setuju", karena berada pada interval $3{,}40 < a \leq 4{,}20$.

Tabel 2
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan

Indikator Variabel	N	Tanggapan					Mean	Penilaian
		STS 1	TS 2	RR 3	S 4	SS 5		
KL1	66	0	0	2	48	16	4,21	SangatSetuju
KL3	66	0	0	7	47	12	4,08	Setuju
KL4	66	0	2	6	48	10	4,00	Setuju
KL5	66	0	2	8	52	4	3,88	Setuju
KL6	66	0	1	6	46	13	4,08	Setuju
KL7	66	0	0	4	50	12	4,12	Setuju
KL8	66	0	0	3	45	18	4,23	Sangat Setuju
KL9	66	0	0	3	46	17	4,21	Sangat Setuju
KL10	66	0	1	13	40	12	3,95	Setuju
KL11	66	0	1	9	45	11	4,00	Setuju
KL12	66	0	1	2	47	16	4,18	Setuju
KL13	66	0	2	7	50	7	3,94	Setuju
Jumlah							4.07	Setuju

Sumber: Data diolah

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Citra Bank

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa tangapan responden tertinggi untuk variabel citra bank terdapat pada indikator CB1 dengan nilai rata-rata 4,70. Dimana pernyataan CB1 " Bank BRI memiliki citra yang baik" .Tanggapan responden terendah terdapat pada indikator CB3 dengan nilai rata-rata 4.38. Dimana pernyataan CB3 " Bank BRI dapat dipercaya dibanding bank lain", sedangkan nilai rata-rata untuk varibel citra bank sebesar 4,59 dengan nilai "sangat setuju" karena pada nilai interval $4,20 < a \leq 5,00$

Tabel 3
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Citra Bank

Indikator Variabel	N	Tanggapan					Mean	Penilaian
		STS 1	TS 2	RR 3	S 4	SS 5		
CB1	66	0	0	18	47	17	4,70	Sangat Setuju
CB2	66	0	0	4	33	29	4,38	Sangat Setuju
CB3	66	0	0	0	23	43	4,65	Sangat Setuju
CB4	66	0	0	3	31	32	4,65	Sangat Setuju
Jumlah							4,44	Sangat Setuju

Sumber: data diolah.

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 4
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah

Indikator Variabel	N	Tanggapan					Mean	Penilaian
		STS1	TS2	RR3	S4	SS5		
KN1	66	0	0	4	33	29	4,38	Sangat Setuju
KN2	66	0	0	2	20	44	4,64	Sangat Setuju
KN3	66	0	0	2	19	45	4,65	Sangat Setuju
KN4	66	0	0	3	28	35	4,48	Sangat Setuju
Jumlah							4,53	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa tanggapan responden diketahui bahwa tanggapan responden tertinggi untuk variabel kepuasan nasabah terdapat pada indikator KN3 dengan nilai rata-rata sebesar 4,65. Dimana pernyataan KN3 adalah " Saya ingin terus menjalin hubungan yang baik dengan Bank BRI". Tanggapan responden terendah terdapat pada indikator KN2 dengan nilai rata-rata sebesar 4,,53 dimana pernyataan KN2 adalah " Saya memberikan rekomendasi kepada teman atau keluarga agar menggunakan produk atau jasa Bank BRI ". Sedangkan nilai rata-rata varibel kepuasan nasabah sebesar 4,53 dengan nilai "sangat setuju" karena berada pada nilai interval $4,20 < a \leq 5,00$.

Analisis Data dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	Sig. t
Konstanta	1,285	0,502	0,13
Kualitas Layanan	-0,053	0,086	0,543
Citra Bank	0,736	0,079	0,000
R	0,772		
R^2	0,596		
Sig. F	0,000		

Sumber : Data diolah

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, koefisien regresi untuk kualitas layanan adalah negatif 0,053. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas layanan naik satu satuan akan mengakibatkan turunnya kualitas layanan sebesar 0,053 satuan dengan asumsi variabel yang lain dianggap konstan, hal ini berlawanan dengan penelitian terdahulu dan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah.

Berdasarkdan tabel 5 dapat diketahui bahwa hasil uji t pada variabel

kualitas layanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,54. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, artinya variabel kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji t dari penelitian ini diketahui bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah artinya kualitas layanan tidak selalu menurunkan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori dan penelitian yang dilakukan oleh Karim dan Chowdhury (2014) dan penelitian Gan *et al* (2011) yang menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.

Pengaruh Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa tingkat signifikansi tingkat signifikansi pada uji t adalah 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak artinya variabel citra bank secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gan *et al* (2011) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat citra bank dibenak nasabah maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga didikung oleh hasil pernyataan responden yang menyatakan secara umum responden setuju bahwa tinnginya citramerek yang dimiliki bank BRI dipengaruhi oleh status Bank BRI sebagai bank pemerintah yang memilki kredibilitas yang kuat dimata nasabah.

Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi citra bank maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh negative tidak signifikan dengan nilai signifikan pada uji t sebesar 0,543. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel citra bank secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil hipotesis yang terakhir pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra bank secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel yang paling berpengaruh adalah citra bank karena semakin tinggi citra bank dibenak nasabah maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yaitu hanya menguji pengaruh variabel kualitas layanan dan citra bank. Kedua variabel hanya mampu menjelaskan 59,6% variasi kepuasan nasabah. 40,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Peneliti sulit menyebarkan kuesioner dengan menguji kantor bank BRI secara langsung karena memakan waktu yang lama, sehingga peneliti menyebarkan kuesioner ke beberapa lokasi seperti dikonter ATM BRI, Mall, Perguruan tinggi yang bekerjasama dengan Bank BRI dan PT. Pelindo 3 yang berlokasi di Surabaya, serta sulitnya nasabah menyediakan waktu untuk mengisi kuesioner

Berdasarkan pada hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan kepada bank BRI adalah Bank BRI perlu menigkatkan keandalan dalam memberikan pelayanan dan meningkatkan rasa percaya pada nasabah.

Bagi peneliti berikutnya, perlu menambahkan variabel lain seperti nila yang dirasa pada pelitian terdahulu atau variabel lain di luar penelitian ini. Selain itu menambahkan jumlah sampel agar mewakili jumlah populasi

DAFTAR RUJUKAN

Fandy Tjiptono, 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang-JawaTImur: Bayu Media

_____,2008.*Service Management* "MewujudkanLayanan Prima"Yogyakarta: Andi.

Gan, Chirstopher, Mike Clemes,Jing Wei and Betty Kao 2011. "An emperical analysis of New Zealand Bank Customers' Satisfaction". *International Journal of Marketing* vol.6, Pp. 63-77.

Kotler, Philip dan Keller, K Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas Jilid 1. Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, K Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas Jilid 2. Erlangga.

Majalah Infobank No. 418-Januari 2014-Vol. XXXV.

Karim,Al Rasyed dan Chowdhury, Tabassum.2014."Customer satisfaction On Service Quality in PrivateCommercial Banking Sector In Bangladesh".*Brithish Journal of Marketing Studies*. June.Vol. 2, Pp. 1-11.

Sabir, Irfan Raja,Ghafoor Osama, Naem Akhtar, Iqra Hafes and Assad Ur Rehman.2014. "Factor Affecting Customer Satisfaction in Banking Sektor of Paskistan".*International Review of Management and Businness*. June 2014. Vol. 3,Pp. 1014-1025

Uddin, Mohammad Belal dan Akhter, Bilkis. 2012. "Determinants of Customer Satisfaction of Banking Industry in Bangladesh".*Pakistan Journal Management Studies* Vol.6, Pp.242-256.

Van Voorhis, Carmen R Wilson, and Morgan, Betsy L. 2007. "Undestanding power and rules of thumb for determining sample size". Tutorial in *Quantitiative Method of Psycology* 3(2). Pp: 43-50.