

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H.S., dan Sumitro. "Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, Dan Teknologi Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Bank". *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, (2020): 1-16.
- Alamgir, M., dan Shamsuddoha, M. "Service Quality Dimensions: A Conceptual Analysis" *Journal of Business*, (2003): 1-11.
- Andriani, Dewi. "Ini Taktik Jitu BCA Tingkatkan Pelayanan Konsumen." Last modified 2020. <https://finansial.bisnis.com/read/20200904/90/1287513/ini-taktik-jitu-bca-tingkatkan-pelayanan-konsumen>. diakses tanggal 21 Juni 2022.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VII. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assael, H. (2001), *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th Edition. Boston, MA: Thomson Learning.
- BCA. "Mengapa BCA mobile?." Last modified 2022. <https://www.bca.co.id/id/Individu/layanan/e-banking/BCA-Mobile>. diakses tanggal 20 Juni 2022
- BNI. "Siaran Pers: BNI yap! Diluncurkan, Sistem Pembayaran Mudah, Aman, dan Kekinian." Last modified 2018. <https://www.bni.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/articleid/3721>. diakses tanggal 20 Juni 2022
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. "Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach." *Journal of Marketing* 65, no.3 (2001): 34-49.
- BRI. "BRImo Semua kebutuhan perbankan dalam satu aplikasi." Last modified 2022. <https://bri.co.id/brimo>. diakses tanggal 20 Juni 2022
- Chandra, Mulya. "Perbankan digital: Yay atau Nay?." Last modified 2021. <https://www.cnbcindonesia.com/opini/20211005112723-14-281508/perbankan-digital-yay-atau-nay>. diakses tanggal 27 Juni 2022

- Darmeinis, Yenny. "Pengaruh Kemudahan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Suryopranoto". *JURNAL JEMPPER 1*, no.1 (2022): 88-95.
- Deha, Daniel. "Banking Everywhere: Neobank Dan Sejarah Bank Digital (Part 3 - Habis)." Last modified 2022. <https://www.trenasia.com/banking-everywhere-neobank-dan-sejarah-bank-digital-part-3-habis>. diakses tanggal 20 Juni 2022
- Dianto, Erry., dan Marlizar. "Strategi Pemasaran BNI Kartu Kredit Dalam Menghadapi Persaingan Global Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA)* 9, no.2 (2019): 21-41.
- Djarwanto, P.S., dan Subagyo, P. (2005). *Statistik Induktif*. Edisi Kelima. Yogyakarta : BPFE.
- Engkur. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di DKI Jakarta." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 14, no.1 (2018): 23-35.
- Fitria, Annisa., dan Munawar, Aang. "Pengaruh Penggunaan Internet Banking. Mobile Banking dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI". *Jurnal Informatika Kesatuan 1*, no.1 (2021): 43-52.
- Fitzsimmons, J.A., dan Fitzsimmons, M.J. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. 7th edition. Mc. Grow Hill.
- Ghotbabadi, A., Feiz, S., dan Baharun, R. "Service Quality Measurements: A Review". *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 15, no.2 (2015): 267-286.
- Ghozali, I, . (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, C. "A service Quality model and its marketing implications". *European Journal of Marketing* 18, no. 4 (1984): 36-44.

- Hernandez, Axel., dan David, Felix. "Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi Sehari-Hari" *Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi* 1, no.1 (2022): 17-24.
- Irawan, M.R. "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BTN KCP. Lamongan)". *Jurnal EKBIS XX*, no.1 (2019): 1231-1251.
- Kasmir (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. edisi pertama. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- KBBI Online. "*Definisi Bank*." Last modified 2022. <https://kbbi.web.id/bank>.
diakses tanggal 26 Juni 2022
- Kotler, Philip dan Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kuncoro, M. (2002). *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Lewis, R.C. dan Booms, B.H. "The marketing aspects of service quality." *Emerging perspectives on services marketing* 65, no.4 (1983): 99-107.
- Lionardi, M., dan Suhartono, S. "Pendeteksian Kemungkinan Terjadinya Fraudulent Financial Statement menggunakan Fraud Hexagon." *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 9, no.1 (2022): 29–38.
- Lovelock, H. Christopher., dan Laurent K. Wright. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Mahyuni dan Firdaus, M.R. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada Bank Mumalat Indonesia Cabang Banjarmasin." *Jurnal Wawasan Manajemen* 2, no. 2 (2014): 119-137.
- Mamun, Sukron., dan Ningsih, Tri Hadmiatin. "Implementasi Strategi Layanan Teknologi Digital Banking dan Service Quality dalam Perspektif Nasabah pada Perbankan Syariah (Study kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang)." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 6, no.2 (2021): 223-233.

- Mandiri. "Ini Dia Keuntungan Pakai Livin By Mandiri." Last modified 2021.
<https://benefits.bankmandiri.co.id/article/ini-dia-keuntungan-pakai-livin-by-mandiri>. diakses tanggal 20 Juni 2022
- Mandiri. "Living a Lively Life With Livin' by Mandiri." Last modified 2022.
<https://www.bankmandiri.co.id/livin>. diakses tanggal 20 Juni 2022
- OJK. (2016). *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Berry, L. L. "Servqual: A Multiple-Item Scale For assessing electronic service quality". *Journal of Service Research* 7, no.3 (1988): 213-233.
- Pizam, Abraham. "Is empathy essential for high-quality customer service?". *International Journal of Hospitality Management* 49, (2015): 149-150.
- Rahayu, Sri., dan Faulina, Sri Tita. "Pengaruh *Digital Customer Experience* dalam Menciptakan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* di Era Digital (Studi Kasus OVO)". *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 5, no.1 (2022): 1-13.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Seth, N., Deshmukh, S. G., dan Vrat, P. "Service quality models: a review". *International Journal of Quality & Reliability Management* 22, no. 9 (2005): 913-949.
- Solichin, M., Rasyidi, dan Dian, S. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh." *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* 8, no.2 (2019): 38-47.
- Subagiyo, Rokhmat. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Nasabah (Customer Satisfaction) di PT. BPRS Mitra Mandiri Sukses Di Gresik". *Islamic Banking and Finance Journal* 1, no. 1 (2016).

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto. (2004). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Susilawaty, Lilis., dan Nicola. "Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan". *Jurnal Manajemen Maranatha* 19, no.2 (2020): 179-190.
- Tjiptono, F. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vidyanata dan Subagio. "Service Quality : Analisa dan Relevansinya dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan pada Era Digital". *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen* 18, no.1 (2021): 95-108.
- Wibowo, Sukarno., dan Supriadi. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wiyanto. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tinggi dan Rendah Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga." *Jurnal Muqtasid* 7, no.2 (2016):117-135.
- Zeithaml, V. *et al.* (2009). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. 5th edition. Mc. Grow Hill.
- Zeithaml, V.A., dan Bitner, M.J. (1996). *Services Marketing*. International edition. McGraw Hill.
- Hendriyaldi, H., & Musnaini, M. (2021). Analisis Pengaruh Pelayanan Publik Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Lingkungan Pemerintahan Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 87–98. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12531>
- Yuliana, T., Soegiarto, E., & Nurqamarani, A. S. (2019). Pengaruh E - Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Emos (Enseval Mobile Order System) Pada Pt. Enseval Putera Megatrading, Tbk Cabang Samarinda. *Research Journal of Accounting*

and Business Management, 3(2), 283.
<https://doi.org/10.31293/rjabm.v3i2.4430>

Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55–63. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v22i1.839>

adhi, K. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pengguna E-Money. (Studi Kasus Pada Pengguna Ovo Di Kota Medan). *Bab I*, 1–16.

Maulanasyah, H., Kusumahadi, K., & Telkom, U. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Tokopedia Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna (Online Mobile Application Tokopedia) Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University*. 8(6), 7834–7853.

Jannah, I. F., Djakfar, I., & Dianah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh. *JIH BIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8576>

Zulmaizar, M. M., & Rahman Abd. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Polewali Mandar Kecamatan Wonomulyo. *J-Alif*, 4(1), 82–99.

Bazergan, I. (2018). Pengaruh Layanan Cash Deposit Machine terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Makassar. *Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN*, 7, No. 2, 215–225.

Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>

Narita, N., & Fauzi, R. (2022). Pengaruh Virtual Customer Service terhadap Kepuasan Pelanggan Bank Bca Kantor Cabang Utama Cibubur. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 63–

72. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/3176>

3

Rahma, K., & Airlangga, E. (2020). Penggunaan Mesin Crm Dan Aplikasi E - Channel Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Bni Batu Aji Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.

Grace, D. (2017). Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine Dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 3(1), 39–50.

Manajemen, S. N., Akuntansi, E., Pengaruh, A., Quality, E. S., Logistic, E., Customer, D. A. N. E., & Sabila, A. N. (2020). *Relationship Management Terhadap Kepuasan Konsumen Marketplace Shopee*. 1211–1217.

Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 244–259. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1792>.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian (Kuesioner)

Kuisisioner Penelitian

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Lama menjadi nasabah :

Simbol	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa puas dengan kemudahan mengakses layanan di mesin CS Digital (CSD), e-service dan STAR Teller saat mencetak kartu ATM baru, mengganti kartu ATM, pembukaan blokir kartu ATM, pembukaan rekening, cetak buku dan setor tarik uang, registrasi dan aktivasi <i>mobile</i> dan <i>internet banking</i> .					
2	Menurut saya tampilan fisik mesin CS Digital (CSD), e-service dan STAR Teller menarik.					
3	Menurut saya layanan yang diberikan oleh fitur fitur mesin digital CS Digital (CSD), e-service dan STAR Teller lengkap saat mencetak kartu					

	<p>ATM baru, mengganti kartu ATM, pembukaan blokir kartu ATM, pembukaan rekening, cetak buku dan setor tarik uang, registrasi dan aktivasi <i>mobile</i> dan <i>internet banking</i>.</p>					
4	<p>Saya merasa puas dengan kemampuan pemberian solusi yang diberikan oleh fitur mesin digital CS Digital (CSD), e-service dan STAR Teller saat mencetak kartu ATM baru, mengganti kartu ATM, pembukaan blokir kartu ATM, pembukaan rekening, cetak buku dan setor tarik uang, registrasi dan aktivasi <i>mobile</i> dan <i>internet banking</i>.</p>					
5	<p>Saya merasa puas dengan verifikasi yang akurat pada layanan yang diberikan oleh fitur mesin digital CS Digital (CSD), e-service dan STAR Teller saat</p>					

	mencetak kartu ATM baru, mengganti kartu ATM, pembukaan blokir kartu ATM, pembukaan rekening, cetak buku dan setor tarik uang, registrasi dan aktivasi <i>mobile</i> dan <i>internet banking</i> .					
6	Saya merasa puas dengan kecepatan layanan yang diberikan oleh fitur mesin digital CS Digital (CSD), e-service dan STAR Teller saat mencetak kartu ATM baru, mengganti kartu ATM, pembukaan blokir kartu ATM, pembukaan rekening, cetak buku dan setor tarik uang, registrasi dan aktivasi <i>mobile</i> dan <i>internet banking</i> .					
7	Saya merasa mudah menggunakan fitur fitur mesin digital CS Digital (CSD), e-service dan STAR Teller saat mencetak kartu ATM baru,					

	<p>mengganti kartu ATM, pembukaan blokir kartu ATM, pembukaan rekening, cetak buku dan setor tarik uang, registrasi dan aktivasi <i>mobile</i> dan <i>internet banking</i>.</p>					
8	<p>Saya merasa aman saat menggunakan fitur mesin digital CS Digital (CSD), e-service dan STAR Teller saat mencetak kartu ATM baru, mengganti kartu ATM, pembukaan blokir kartu ATM, pembukaan rekening, cetak buku dan setor tarik uang, registrasi dan aktivasi <i>mobile</i> dan <i>internet banking</i>.</p>					
9	<p>Saya merasa puas dengan jaminan layanan yang diberikan oleh fitur mesin digital CS Digital (CSD), e-service dan STAR Teller saat mencetak kartu ATM baru, mengganti kartu ATM,</p>					

	pembukaan blokir kartu ATM, pembukaan rekening, cetak buku dan setor tarik uang, registrasi dan aktivasi <i>mobile</i> dan <i>internet banking</i> .					
--	--	--	--	--	--	--

Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

NO	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa puas dengan fitur yang diberikan layanan mesin digital E-Service, STAR Teller dan Customer Service Digital sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
2	Saya merasa puas dengan fasilitas memadai yang diberikan layanan mesin digital E-Service, STAR Teler dan Customer Service Digital.					
3	Saya merasa puas dengan tampilan yang menarik dari mesin digital E-Service, STAR					

	Teler dan Customer Service Digital.					
4	Saya berminat untuk menggunakan kembali mesin digital E-Service, STAR Teler dan Customer Service Digital karena fitur yang diberikan memuaskan.					
5	Saya berminat menggunakan kembali mesin digital E-Service, STAR Teler dan Customer Service Digital karena fasilitas penunjangnya memuaskan					
6	Saya akan merekomendasikan mesin digital E-Service, STAR Teler dan Customer Service Digital kepada teman saya karena fitur yang diberikan memberi solusi tuntas.					
7	Saya akan merekomendasikan mesin digital E-Service, STAR Teler dan Customer Service					

	Digital ini ke teman saya karena penggunaannya cepat.					
8	Saya akan merekomendasikan mesin digital E-Service, STAR Teler dan Customer Service Digital ke teman saya karena aman.					

Lampiran 2. Frequency Table

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-laki	94	47.0	47.0	47.0
	Perempuan	106	53.0	53.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	18-23 Tahun	45	22.5	22.5	22.5
	24-30 Tahun	62	31.0	31.0	53.5
	31-38 Tahun	40	20.0	20.0	73.5
	39-45 Tahun	53	26.5	26.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

		Pendidikan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	SMA/K	44	22.0	22.0	22.0
	Diploma 3	31	15.5	15.5	37.5
	Strata 1	91	45.5	45.5	83.0
	Strata 2	34	17.0	17.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

		Pekerjaan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	IRT	41	20.5	20.5	20.5
	ASN	72	36.0	36.0	56.5
	Karyawan Swasta	43	21.5	21.5	78.0
	Wiraswasta	32	16.0	16.0	94.0
	Lainnya	12	6.0	6.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Lama Menjadi Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 2 Tahun	63	31.5	31.5	31.5
	2-3 Tahun	103	51.5	51.5	83.0
	> 3 Tahun	34	17.0	17.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

		Correlations									Kualitas Pelayanan
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	
X.1	Pearson Correlation	1	.416**	.510**	.452**	.282**	.342**	.381**	.189**	.145*	.676**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.040	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X.2	Pearson Correlation	.416**	1	.357**	.469**	.236**	.203**	.231**	.132	.265**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.004	.001	.063	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X.3	Pearson Correlation	.510**	.357**	1	.374**	.364**	.369**	.348**	.205**	.326**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X.4	Pearson Correlation	.452**	.469**	.374**	1	.348**	.297**	.255**	.181*	.221**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.010	.002	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X.5	Pearson Correlation	.282**	.236**	.364**	.348**	1	.377**	.370**	.203**	.334**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.004	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X.6	Pearson Correlation	.342**	.203**	.369**	.297**	.377**	1	.385**	.394**	.138	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.000		.000	.000	.051	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X.7	Pearson Correlation	.381**	.231**	.348**	.255**	.370**	.385**	1	.434**	.193**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.006	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X.8	Pearson Correlation	.189**	.132	.205**	.181*	.203**	.394**	.434**	1	.062	.496**
	Sig. (2-tailed)	.007	.063	.004	.010	.004	.000	.000		.384	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X.9	Pearson Correlation	.145*	.265**	.326**	.221**	.334**	.138	.193**	.062	1	.502**
	Sig. (2-tailed)	.040	.000	.000	.002	.000	.051	.006	.384		.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.676**	.594**	.698**	.645**	.627**	.634**	.654**	.496**	.502**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Kepuasan Pelanggan
Y.1	Pearson Correlation	1	.251**	.082	.159*	.329**	.323**	.153*	-.064	.536**
	Sig. (2-tailed)		.000	.249	.025	.000	.000	.030	.370	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.2	Pearson Correlation	.251**	1	.081	.456**	.244**	.451**	.224**	-.063	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000		.252	.000	.001	.000	.001	.376	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.3	Pearson Correlation	.082	.081	1	.028	.088	.039	-.025	.006	.296**
	Sig. (2-tailed)	.249	.252		.694	.217	.579	.723	.928	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.4	Pearson Correlation	.159*	.456**	.028	1	.351**	.397**	.168*	-.009	.632**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.694		.000	.000	.018	.899	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.5	Pearson Correlation	.329**	.244**	.088	.351**	1	.174*	.228**	.101	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.217	.000		.014	.001	.156	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.6	Pearson Correlation	.323**	.451**	.039	.397**	.174*	1	.155*	-.055	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.579	.000	.014		.029	.437	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.7	Pearson Correlation	.153*	.224**	-.025	.168*	.228**	.155*	1	.075	.479**
	Sig. (2-tailed)	.030	.001	.723	.018	.001	.029		.288	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.8	Pearson Correlation	-.064	-.063	.006	-.009	.101	-.055	.075	1	.263**
	Sig. (2-tailed)	.370	.376	.928	.899	.156	.437	.288		.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.536**	.652**	.296**	.632**	.607**	.619**	.479**	.263**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	9

Lampiran 4. Uji Hipotesis Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.534 ^a	.286	.282	2.87781

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	655.708	1	655.708	79.175	.000 ^b
	Residual	1639.792	198	8.282		
	Total	2295.500	199			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.862	1.708		9.874	.000
	Kualitas Pelayanan	.409	.046	.534	8.898	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan