

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, B., & Widayati, I. (2019). Analisis Pengaruh Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Sosial (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang). *Jurnal Ilmu Manajemen* .
- Afifi, F. F., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economics and Business vol 7* , 481 - 486.
- Akhtar, A., & Imran, M. (2016). SERVICE QUALITY and CUSTOMER LOYALTY in the BANKING SECTOR ; A COMPARATIVE STUDY of CONVENTIONAL and ISLAMIC BANKS in PAKISTAN. *Journal Of Business and Management* , 20, 20-29.
- Amalia, A. I., & Mardian, I. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUTIK PUTRI AGATA. *Equilibria* , 9, 45 - 57.
- Amelia, R., & Puspaningtyas D, I. (2021). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Reputasi Online usaha kecil Menengah. *Administrasi Bisnis* .
- Araianto, N. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG DALAM MENGGUNAKAN JASA HOTEL RIZEN KEDATON BOGOR. *Pemasaran Kompetitif* , 1.
- Ardani, W. (2022). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Arissaputra, R., Darsana, I.M., Pandowo, A., Pratiwi, N., Taliupan, R., Hapsari, T.P., Rahman, V., Yuswono, I., Rahmani, S., Akbar, A. Y., Surya, A.P., Syahputra., Mustafa, F., Abdillah, F., Salijah, E., (2023) , *Dasar-dasar Marketing*, Bali, CV. IntelektualManifes Media

Arlinda, s., & Hendro, J. (2024). Penerapan Digital Marketing Dalam Menarik Minat Beli Produk UMKM Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. *IKRAITH-EKONOMIKA* .

Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Ocademica* , 2.

Bilal, M., Khan, M. A., & Irfan, M. (2021). "Impact of Digital Marketing on Consumer Behavior in the Banking Sector: Evidence from a Developing Country". *Journal of Internet Banking and Commerce* .

Brown, K., & White, J. (2019). The Role of Digital Advertising and E-WOM in Influencing Loan Application Decisions. *Journal of Advertising Research* .

Brown, S., & Green, M. (2023). The Influence of Word of Mouth on Consumer Decision-Making in the Banking Sector: An Empirical Study. *Journal of Financial Services Marketing* , 28, 145-160.

Cahyadi, M. A., & Diatmika, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit Dan Promosi Terhadap Keputusan Umkm Melakukan Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (Lkbb) Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi* .

Dhoe, J., & Smith, J. (2023). The Influence of Word of Mouth on Service Quality Perception and Its Impact on Loan Decision-Making. *Journal of Financial Services Marketing* , 28, 35-50.

Doe, J., Smith, J., & Davis, E. (2022). The Impact of Word-of-Mouth Marketing on Consumer Decision Making: An Empirical Study in the Retail Sector". *Journal of Marketing Research* .

Faisyah, N. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN PRODUK TABUNGAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA KC JEMBER*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER.

Fajaryanto A, R., & Dewi N, P. (2019). Analisis Sentimen Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Manajemen* .

Fitra, K. N. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Skripsi Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* .

Garcia-Sanchez, I. M., & Rodriguez-Dominguez, L. (2019). Determinants of the probability of default and its impact on the cost of borrowing in SMEs. *Journal of Business Research* , 349-362.

Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-Of-Mouth Measurement Scale for E-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences* , 27, 5-23.

Gupta, A., & Sharma, M. (2018). Digital Marketing, Word of Mouth, and Service Quality: A Study on Credit Decision-Making in Emerging Markets. *Journal of International Marketing* .

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and How to Report the Results of PLS - SEM. *European Business* , 31, 2-24.

Harahap, R. Z., Harahap, d., Rukiah, fauzan, m., & Nasution, a. a. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH . *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* .

Harini, S., Yadav, & Shaarma, R. (2021). The Impact of Digital Marketing on Service Quality in Banking Sector. *Journal of Marketing and Business Managemen* , 38 , 205 - 218.

Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* .

Hidayat, R., & Triyono. (2020). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit pada Bank BRI di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , 15, 112-125.

Iyer, R. S., Maity, M., & Sharma, A. (2019). The Influence of Digital Marketing on Service Quality and Customer Satisfaction in the Banking Sector. *Internstional Journal of Bank Marketing* , 37.

Jackson, E., & Thomas, L. (2021). The Interplay between Digital Marketing, E-WOM, and Service Quality in Determining Loan Acceptance Decisions. *Journal of Consumer Marketing* .

Jhonson, M., & Smith, T. (2023). The Impact of Digital Marketing on Consumer Behavior in Financial Services: Evidence from the Banking Sector. *Journal of Financial Services Marketing* , 28, 35-50.

Joesyiana, K. (2018). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU. *Jurnal Valuta Vol. 4 No 1*, .

Johnson, A., & Smith, B. (2021). The Impact of Digital Marketing on Consumer Credit Decision Making. *Journal of Financial Services Marketing* .14,70-97

Johnson, E., & Davis, M. (2023). The Role of Digital Marketing in Enhancing Service Quality and its Impact on Customer Decision Making in Financial Services. *Journal of Financial Services Marketing* , 29, 75-90.

Kiki, J. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee. *jurnal pemasaran* .Vol 7,no 1

Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *MARKETING MANAGEMENT*. Pearson Education,INC.

Kumar, N., & Bhattacharya, S. (2021). Examining the Influence of Digital Marketing, Word of Mouth, and Service Quality on Consumer Credit Behavior. *Journal of Financial Services Marketing* Vol 27,76-97.

Kumar, V., Leone, R. P., & Petersen, J. A. (2010). Driving Profitability by Encouraging Customer Referrals: Who, when, and how. *Journal of Marketing* , 74, 1-17.

Kurniawan, B. J., Suryoko, S., & Listyorini, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Studi Pada Nasabah Kpr Subsidi Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang). *ejournal3.undip.ac.id*
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/13610/13164>.

Lee, H., & Kim, J. (2018). Influence of Digital Marketing and Word of Mouth on Customer Decision-Making in the Financial Services Industry. *Journal of Financial Services Research* vol 7.

Lesnussa, J. U., & Warbal, M. (2023). PENGARUH SIKAP DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Public Policy* , 4.

Martinez, C., & Rodriguez, D. (2019). The Role of Service Quality in Mediating the Effects of Digital Marketing and Word of Mouth on Loan Application Decisions. *International Journal of Bank Marketing* .

Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Ekonomi & Ekonomi Syariah* , 3.

Muskari, N., & Huda, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Melalui Variabel Kepuasan pada Lembaga Amil Zakat (Studi pada Baituzzakah Pertamina Kantor Pusat). *Perisai* , 2, 34 - 53.

Mustafa, M., Sudiro, A., Sumiati, Sunaryo, (2022), Customer Satisfaction as Mediation Between Service Quality and Customer Citizenship Behavior for 4-Star Hotel Customers in Makassar, Indonesia, *Webology*, Volume 19, Number 2, Page 3748-3775

Mutmainnah, N. A. (2023). PENGARUH WORD OF MOUTH, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BMT BABUSSALAM MOJOAGUNG JOMBANG. *Skripsi JURUSAN PERBANKAN SYARIAH* .

Nguyen, P., & Tran, L. (2020). Evaluating the Impact of Digital Marketing Strategies and Online Reviews on Credit Application Outcomes. *Journal of Business Research* .

Ningrum, E. R. (2020). *STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM PENINGKATAN NASABAH BANK MUAMALAT KANTOR CABANG KEDIRI PADA MASA PANDEMI COVID-19*. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.

Nurohmah, S. (2023). *PENGARUH HARGA DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN BERBASIS SYARIAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.

Oka Astana, I. G., & Suartawan, K. A. (2023). Pengaruh Prosedur Kredit, Kualitas Pelayanan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pada Koperasi Mitra Dana Mandiri. *Jurnal Daya Saing* .

Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KEDAI BONTACOS, JOMBANG). *Komunikasi* .

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing* , 64, 12-40.

Patel, R., & Singh, S. (2019). The Effect of Service Quality on the Relationship between Digital Marketing and Credit Decision-Making. *Journal of Marketing Management* .

Priyanto, A. W., & Kartini, D. (2019). Analisis Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Kredit pada Bank XYZ. *Keuangan dan Perbankan* .

Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Manajemen Informatika Komputer* , 7.

Putra, Y. M., Ermawaty, E., Purwanto, K., Resty, F., & Ferdinal, A. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROSEDUR KREDIT DAN TINGKAT SUKU BUNGA TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGAMBIL KREDIT PT. BPR LPN TARANTANG. *Jurnal Manajemen Dewantara* 7 , 1, 141 - 154.

Putri, R., & Munas, B. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *JOURNAL OF MANAGEMENT* .

Putri, Y. L., & Utomo, H. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *SIMPLEX* , 10, 43 74.

Rahmadhani M, A., & Wijaya T, B. (2019). Digital Marketing dan Personalisasi Konten Terhadap Peningkatan Kualitas Layanan Perusahaan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Manajen Pemasaran* .

Ramadhan, F. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH. *skripsi* .

Riyadin. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT KELUARGA BERENCANA DI KECAMATAN PEKALONGAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR (STUDI KASUS PADA DESA PEKALONGAN). *SIMPLEX* , 2.

Salamah, I., & Sudrajat, A. (2021). THE INFLUENCE WORD OF MOUTH AND COSTUMER TRUST ON DICISION MAKING KREDIT USAHA RAKYAT(KUR) BANK BRI UNIT JALAN BARU KARAWANG DISTRICT. *Journal of Economic, Business and Accounting* , 4.

Saleh, M. Y., & Sahid, M. (2019). *KONSEP DAN STRATEGI PEMASARAN*. MAKASSAR, SULAWESI SELATAN: CV SAH MEDIA.

Santoso, j. b. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* .

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen* , 9.

Sarwono, R., & Ratnasar, D. (2020). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Kredit di Bank XYZ. *Jurnal Manajemen Pemasaran* ..

Shobirin, Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2016). PENGARUH LOKASI, TINGKAT SUKU BUNGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT (Studi Empiris Pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera). *Journal Of Management* , 2.

Situmorang, I., & Kusnarli. (2020). ANALISIS PENGARUH PROSEDUR KREDIT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT DI CV. SAHABAT SOLUTION. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)* .

Solehati, A., Mustafa, F., Hendrayani, E., Setyawati, K., Kusnadi, IH., Suyoto YT., (2022), Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Brand Preference (Studi Kasus Pelanggan Gerai Ritel

Kopi di DKI Jakarta), Vol. 6, No. 2, Publisher Departement of Pancasila and Citizenship Education, <https://doi.org/10.31316/jk.v6i2.2607>

Stansyah, M. R., Tegar, M., A.P, S. S., & Choirunnisa, R. (2023). ANALISIS PENGARUH MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN MELALUI APLIKASI GO FOOD. *Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* .

Subkhan, M., & Yusli, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Generasi Z Pada Bank Syariah (Studi Kasus Di Bank Syariah Kabupaten Sleman). *Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha* .

Suryadi, A., & Setiani, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Kualitas Layanan pada Bank di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* , 15, 120-135.

Suryanto, & Dai, R. M. (2019). ANALISIS KEPUTUSAN KREDIT BERDASARKAN LAPORAN KEUANGAN CALON DEBITUR. *JURNAL ILMU KEUANGAN DAN PERBANKAN vol 8.1-12* .

Thoharudin, M., Suriyanti, Y., & Huda, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada BPD Kal-bar Syariah Cabang Sintang. *Jurnal Bisnis dan Perbankan UMSIDA* .

Trisna Dwijayanti, C. I., & Putri Agustina, M. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Pelayanan dan Word of Mouth terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Taksu Photo Bali di Kota Gianyar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* .

Wahyunawati, S., & Momongan, R. H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pelanggan Repeat Order FIGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok. *Jurnal Manajemen* .

Wandra, R. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MENURUT PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Skripsi Jurusan Ekonomi Islam* .

Wang, Y., & Chen, X. (2020). Impact of Social Media Marketing and Online Reviews on Consumer Credit Decisions. *Journal of Interactive Marketing* .

Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* , 923 - 926.

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20231208153754-17-495717/penyaluran-kredit-turun-laba-btpn-anjlok-1494-pada-q3-15-mei-2024>

Penyaluran Kredit Turun, Laba BTPN Anjlok 14,94% pada Q3

MARKET - Zefanya Aprilia, CNBC Indonesia

LAMPIRAN

KUISIONER PENELITIAN

Berikut ini adalah kuesioner mengenai “**Pengaruh *Digital Marketing dan Word of Mouth Melalui Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pada Bank Tabungan Nasional (BTPN) Kantor Cabang Sungguminasa***” maka dari itu, disela kesibukan anda, kami mohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini. Atas kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Berilah tanda (V) pada pertanyaan-pertanyaan di bawah ini:

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda telah berusia 18 tahun?		
2	Apakah anda pernah melihat atau menyaksikan tayangan promosi hotel secara digital?		
3	Apakah anda pernah membaca <i>review</i> / ulasan hotel di berbagai platform atau jasa <i>online travel agent</i> ?		

DATA RESPONDEN

NAMA :

USIA :

JENIS KELAMIN :

DAFTAR KUESIONER

Kuesioner ini diisi dengan cara memberikan tanda (V) pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan:

SS :Sangat Setuju

S :Setuju

N :Netral

TS :Tidak Setuju

STS :Sangat Tidak Setuju

A. Digital Marketing

No.	Pernyataan	Skalapengukuran				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Informasi dan layanan yang disediakan secara <i>online</i> mampu diakses dengan mudah.					
2.	Terdapat komunikasi dua arah antara pihak Bank dengan konsumen selaku <i>guest</i> .					
3.	Iklan atau pemasaran yang disampaikan pihak Bank secara <i>online</i> menghibur dan informatif.					
4.	Informasi yang terkandung pada iklan <i>online</i> Pihak Bank memiliki kredibilitas, tidak memihak, dan spesifik.					
5.	Informasi yang terkandung pada iklan <i>online</i> Pihak Bank tidak bersifat manipulatif (menipu).					
6.	Iklan <i>online</i> dari pihak Bank mampu memberikan gambaran yang baik terkait produk atau layanan jasa yang ditawarkan.					

B. Word Of Mouth

	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui informasi mengenai Bank Tabungan Pensiunan Nasional melalui orang terdekat saya					
2	Saya percaya dengan informasi yang diberikan orang terdekat saya mengenai Bank Tabungan Pensiunan Nasional					
3	Saya yakin Informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut lebih efektif					
4	Bank Tabungan Pensiunan Nasional adalah topik pembicaraan saya dengan orang terdekat saya					
5	Saya akan merekomendasikan Bank Tabungan Pensiunan Nasional kepada orang lain					
6	Saya akan merekomendasikan Bank Tabungan Pensiunan Nasional kepada teman saya					

C. Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Perlengkapan yang digunakan oleh pegawai bank tabungan pensiunan nasional sangat memadai untuk melayani nasabah.					
2	Bank Tabungan Pensiunan Nasional memiliki ruangan yang rapi, bersih dan nyaman untuk nasabah.					
3	Pelayanan Bank Tabungan Pensiunan Nasional sesuai Dengan apa yang saya harapkan.					
4	Bank Tabungan Pensiunan Nasional bertanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan oleh pihak Bank.					
5	Pegawai Bank Tabungan Pensiunan Nasional memiliki kemampuan yang baik dalam melayani nasabah.					
6	Pegawai Bank Tabungan Pensiunan Nasional memiliki sikap atau etika yang baik dalam Melayani nasabah.					

D. Keputusan Pengambilan Kredit

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pegawai Bank Tabungan Pensiunan Nasional belum Melakukan pelayanan dengan baik.					
2	Pelayanan yang dilakukan oleh Pegawai Bank Tabungan Pensiunan Nasional sudah memuaskan.					
3	Kredit yang diberikan oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional mampu membantu dalam memenuhi kebutuhan					
4	Mudah dalam melakukan angsuran kredit pada Bank Tabunga Pensiunan Nasional					
5	Kurangnya informasi tentang Pengambilan kredit pada Bank Tabunga Pensiunan Nasional					
6	Informasi yang disampaikan oleh pegawai Bank Tabunga Pensiunan Nasional masih Kurang jelas.					

7	Keputusan untuk mengambil kredit pada Bank Tabunga Pensiunan Nasional di pengaruhi Oleh orang lain.					
8	Saya lebih mempertimbangkan saran tetangga atau keluarga dari padakualitas pelayanan dan prosedur kredit dalam memutuskan mengambil kredit pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional					
9	Pelayanan yang diberikan Bank Tabungan Pensiunan Nasional menjadi suatu alasan untuk Mengambil kredit.					
10	Saya lebih mementingkan pelayanan yang baik dari pada kemudahan prosedur kredit dalam memutuskan mengambil kredit.					

A.DIGITAL MARKETING

NO	PERNYATAAN						TOTAL X1
	1	2	3	4	5	6	
1	4	5	4	5	5	4	27
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	3	28
4	4	5	4	5	5	4	27
5	4	5	5	5	5	5	29
6	4	5	4	5	5	4	27
7	4	5	5	5	5	4	28
8	4	5	5	5	5	4	28
9	4	5	5	5	5	5	29
10	3	5	5	5	5	5	28
11	4	5	5	5	5	4	28
12	5	5	4	5	5	4	28
13	5	5	4	5	5	5	29
14	4	5	4	5	5	5	28
15	4	5	4	5	5	4	27
16	3	5	3	3	4	4	22
17	4	5	4	5	5	5	28
18	3	5	3	4	5	3	23
19	4	5	5	5	5	5	29
20	3	5	5	4	5	3	25
21	5	5	4	5	5	3	27
22	5	5	4	5	5	3	27
23	3	4	4	5	5	3	24
24	5	5	5	5	5	5	30
25	3	5	3	4	5	3	23
26	4	5	5	5	5	3	27
27	4	5	4	4	5	4	26
28	3	5	3	4	4	3	22
29	4	5	4	5	5	5	28
30	3	3	3	5	5	3	22
31	3	5	3	4	4	4	23
32	4	4	4	5	5	4	26
33	3	5	4	5	5	4	26
34	4	4	5	5	5	5	28
35	4	5	4	3	3	3	22
36	3	5	4	4	5	3	24
37	5	5	5	5	5	5	30

38	3	5	3	5	5	5	26
39	4	5	4	4	5	4	26
40	3	5	4	5	4	4	25
41	5	3	4	3	4	4	23
42	5	5	4	5	5	5	29
43	5	4	4	5	5	4	27
44	3	5	4	4	5	5	26
45	5	5	4	5	5	5	29
46	4	5	5	5	5	5	29
47	4	4	4	3	5	3	23
48	4	4	3	4	4	4	23
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	4	4	3	3	5	23
52	4	4	4	4	4	4	24
53	3	3	3	3	3	4	19
54	5	4	4	4	4	4	25
55	4	3	4	3	4	4	22
56	3	3	3	3	3	4	19
57	4	3	3	3	3	3	19
58	3	3	4	4	3	4	21
59	3	3	3	3	3	4	19
60	4	1	3	4	3	4	19
61	4	3	3	3	3	3	19
62	3	3	3	3	4	3	19
63	4	3	3	3	3	4	20
64	4	3	3	3	3	4	20
65	4	3	3	3	3	4	20
66	4	3	3	3	3	4	20
67	4	3	3	3	3	4	20
68	4	5	3	3	2	4	21
69	4	5	3	3	2	4	21
70	4	5	4	4	5	4	26
71	4	5	4	4	5	4	26
72	4	3	4	4	3	4	22
73	4	3	4	4	3	4	22
74	4	3	3	3	3	3	19
75	4	3	3	3	3	3	19
76	3	4	4	4	4	4	23
77	4	3	4	3	3	4	21

78	3	3	3	3	3	3	18
79	3	3	3	3	3	3	18
80	4	4	4	4	3	3	22
81	4	3	4	3	3	4	21
82	3	4	3	4	3	4	21
83	4	3	4	3	3	4	21
84	3	4	2	5	4	4	22
85	3	3	3	4	4	3	20
86	4	3	4	4	3	4	22
87	4	3	3	3	3	3	19
88	4	4	4	4	3	4	23
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	3	3	3	3	4	20
91	4	3	3	4	3	4	21
92	5	4	4	4	3	3	23
93	4	4	3	3	4	3	21
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	4	4	3	3	22
97	4	3	4	2	4	2	19
98	4	3	4	2	4	4	21
99	4	3	4	2	4	2	19
100	5	2	5	4	3	4	23

B.WORD OF MOUTH

NO	PERNYATAAN						TOTAL X2
	1	2	3	4	5	6	
1	4	3	3	3	4	4	21
2	4	4	3	4	5	5	25
3	4	4	3	4	5	5	25
4	5	4	3	3	5	5	25
5	4	4	3	3	5	5	24
6	5	3	3	3	4	4	22
7	4	4	3	3	3	3	20
8	4	3	2	3	4	4	20
9	5	4	3	3	5	5	25
10	4	4	3	3	4	4	22
11	5	4	3	4	5	5	26

12	3	3	3	3	4	4	20
13	3	3	2	3	4	5	20
14	4	3	3	3	5	5	23
15	3	3	3	3	5	5	22
16	5	4	4	3	5	5	26
17	4	3	3	3	5	5	23
18	5	4	4	3	5	5	26
19	5	4	4	3	5	5	26
20	5	4	4	3	5	5	26
21	4	4	3	3	5	5	24
22	4	4	3	2	5	5	23
23	5	4	3	2	5	5	24
24	4	2	3	3	4	4	20
25	4	4	4	3	5	5	25
26	4	4	3	3	5	5	24
27	4	4	3	3	4	4	22
28	5	5	4	3	5	5	27
29	4	3	3	3	5	5	23
30	4	4	3	3	5	5	24
31	4	4	3	3	4	4	22
32	4	3	3	3	2	2	17
33	5	5	3	2	5	5	25
34	4	3	3	3	4	4	21
35	4	4	3	2	4	5	22
36	5	5	4	3	5	5	27
37	3	3	3	2	3	4	18
38	4	4	3	2	5	5	23
39	4	3	3	3	4	4	21
40	4	5	3	3	3	4	22
41	4	4	2	3	4	4	21
42	5	4	3	3	5	5	25
43	4	5	2	5	4	4	24
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	4	1	2	1	1	14
46	5	5	4	5	5	5	29
47	5	5	5	5	5	3	28
48	5	4	4	4	4	4	25
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	3	3	4	5	25
51	4	4	3	3	4	5	23

52	3	3	3	3	4	4	20
53	4	4	4	3	3	3	21
54	3	3	3	4	4	4	21
55	4	3	3	3	3	3	19
56	3	3	3	3	3	3	18
57	3	3	4	3	3	4	20
58	3	3	3	3	3	3	18
59	4	3	3	3	3	3	19
60	4	1	4	3	4	2	18
61	4	4	4	4	4	4	24
62	3	3	3	3	3	3	18
63	4	3	3	3	4	4	21
64	3	4	3	3	3	4	20
65	3	4	3	3	3	4	20
66	3	4	3	3	3	4	20
67	3	4	3	3	3	4	20
68	5	3	2	2	4	2	18
69	5	3	2	2	4	2	18
70	5	4	1	4	5	3	22
71	5	4	1	4	5	3	22
72	5	4	2	3	4	3	21
73	5	4	2	3	4	3	21
74	3	3	3	3	3	3	18
75	3	3	3	3	3	3	18
76	2	3	3	3	2	2	15
77	4	3	4	4	4	4	23
78	4	4	4	3	4	3	22
79	4	4	4	3	4	3	22
80	3	3	3	3	3	3	18
81	4	3	4	4	4	4	23
82	4	4	4	4	5	5	26
83	4	3	4	4	4	4	23
84	4	4	3	3	3	3	20
85	4	4	3	3	3	3	20
86	3	3	4	4	3	3	20
87	3	4	4	3	4	4	22
88	3	3	3	4	4	4	21
89	3	4	4	3	4	3	21
90	3	4	4	3	4	3	21
91	4	4	3	3	3	3	20

92	4	4	4	4	4	4	24
93	3	3	3	3	3	3	18
94	3	3	2	3	3	4	18
95	4	3	4	4	4	4	23
96	4	3	3	3	3	3	19
97	5	4	1	3	3	4	20
98	4	4	1	3	4	2	18
99	5	4	1	4	4	3	21
100	5	4	3	5	4	2	23

C.KUALITAS LAYANAN

NO	PERNYATAAN						TOTAL X2
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	4	5	5	5	29
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	4	5	5	5	29
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	4	5	5	29
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	3	5	5	28
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	4	5	5	5	29
26	5	5	5	5	5	5	30

27	5	5	5	4	5	5	29
28	5	5	5	4	5	5	29
29	5	5	4	4	5	5	28
30	5	5	5	4	4	6	29
31	5	5	4	4	4	5	27
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	4	4	5	5	28
34	5	5	4	4	5	5	28
35	5	5	5	4	5	5	29
36	5	5	5	4	5	5	29
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	4	4	4	27
40	5	5	4	5	5	5	29
41	4	5	4	3	4	5	25
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	5	5	5	5	5	29
46	5	5	5	3	5	5	28
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	4	4	5	4	5	26
49	5	5	4	5	5	5	29
50	5	5	5	5	4	5	29
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	3	3	3	21
53	4	3	3	3	3	3	19
54	4	3	4	4	3	3	21
55	3	3	3	3	4	4	20
56	2	3	2	3	3	4	17
57	4	3	4	4	3	3	21
58	5	4	3	4	3	4	23
59	5	4	4	3	3	3	22
60	4	1	4	3	2	4	18
61	4	3	3	4	3	3	20
62	4	3	4	4	3	4	22
63	3	3	4	3	3	4	20
64	3	3	4	3	3	4	20
65	3	3	4	3	3	4	20
66	3	3	4	3	3	4	20

67	3	3	4	3	3	4	20
68	3	4	3	3	4	3	20
69	3	3	4	3	4	3	20
70	4	5	4	5	4	3	25
71	4	5	4	5	4	3	25
72	4	5	4	5	4	3	25
73	4	5	4	5	4	3	25
74	4	3	3	3	3	3	19
75	3	3	4	4	4	3	21
76	4	4	4	4	4	5	25
77	4	1	4	3	2	4	18
78	3	3	3	3	3	3	18
79	4	4	4	4	3	3	22
80	4	4	4	4	4	3	23
81	4	3	4	3	3	4	21
82	4	4	4	3	3	3	21
83	4	3	4	3	4	3	21
84	4	4	3	3	3	3	20
85	4	4	3	3	3	4	21
86	3	3	4	4	4	4	22
87	4	3	3	3	3	3	19
88	3	3	3	3	4	3	19
89	4	3	3	3	3	3	19
90	3	4	4	3	4	4	22
91	5	4	4	4	4	4	25
92	4	4	4	4	4	4	24
93	3	3	4	4	4	5	23
94	3	3	4	4	4	4	22
95	4	4	4	3	3	4	22
96	5	5	5	3	3	3	24
97	5	3	1	5	4	4	22
98	4	3	4	3	4	3	21
99	5	3	5	3	5	4	25
100	5	5	5	5	5	5	30

D.KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT

NO	PERNYATAAN										TOTAL X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	1	5	4	5	4	2	1	3	4	3	32

2	1	5	5	5	1	1	1	2	4	4	29
3	1	5	5	5	3	1	2	4	4	4	34
4	1	5	5	5	2	1	1	3	4	4	31
5	1	5	5	5	2	1	1	2	4	3	29
6	1	5	5	5	4	2	1	2	3	3	31
7	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	35
8	1	4	4	4	3	2	1	2	3	3	27
9	1	5	5	5	2	1	1	3	3	4	30
10	5	5	5	5	2	2	1	2	4	4	35
11	1	5	5	5	2	2	1	3	4	4	32
12	1	5	5	5	3	1	1	3	4	3	31
13	1	5	4	5	2	1	2	2	4	4	30
14	1	5	4	5	2	1	1	3	3	2	27
15	1	4	4	5	3	2	2	2	4	4	31
16	1	5	5	5	2	1	1	2	4	4	30
17	1	5	5	5	3	1	1	2	4	4	31
18	1	5	5	5	3	1	1	3	5	5	34
19	1	5	5	5	2	1	1	2	5	5	32
20	1	5	5	5	2	1	1	1	5	5	31
21	1	5	5	5	2	1	1	2	4	4	30
22	1	5	4	5	2	1	1	2	4	4	29
23	1	5	5	5	2	1	2	2	4	4	31
24	1	5	4	5	3	1	1	2	4	4	30
25	1	5	5	5	3	1	1	3	2	2	28
26	1	5	5	5	3	2	1	2	5	5	34
27	1	5	5	5	2	1	1	3	4	4	31
28	1	5	5	5	2	1	1	2	5	5	32
29	1	5	5	5	3	1	1	2	4	4	31
30	1	5	5	5	2	1	1	3	4	4	31
31	1	5	5	5	3	2	1	3	5	5	35
32	1	5	5	5	2	1	1	3	3	3	29
33	1	5	4	5	3	1	1	3	5	5	33
34	1	5	5	5	2	1	1	4	5	5	34
35	1	5	5	5	2	2	1	4	3	3	31
36	1	5	5	5	3	1	1	4	3	3	31
37	1	5	5	5	2	1	1	4	5	5	34
38	1	5	5	5	5	2	2	3	4	4	36
39	1	5	5	5	3	1	1	3	5	5	34
40	1	5	5	5	3	1	1	4	3	4	32
41	2	4	4	3	4	2	1	2	3	4	29

42	2	5	5	5	2	2	1	2	3	4	31
43	2	5	5	5	4	5	4	2	5	5	42
44	1	5	5	5	1	1	2	1	5	4	30
45	1	5	5	5	5	1	1	1	1	1	26
46	1	5	5	5	3	1	3	3	5	5	36
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	2	1	4	4	2	3	2	4	3	4	29
49	2	4	5	4	2	2	2	5	5	5	36
50	2	5	5	5	2	2	1	4	4	5	35
51	2	4	4	3	3	2	3	3	4	4	32
52	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	33
53	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	34
54	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	35
55	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	35
56	2	3	3	3	3	3	5	4	4	5	35
57	3	3	1	2	3	3	1	3	3	4	26
58	4	3	2	3	2	2	2	3	4	4	29
59	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	34
60	2	4	3	5	4	3	5	4	3	4	37
61	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	33
62	3	3	3	4	3	4	5	4	4	5	38
63	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	34
64	1	3	4	4	3	3	3	3	3	4	31
65	1	3	4	4	3	3	3	3	3	4	31
66	1	3	4	4	3	3	3	3	3	4	31
67	1	3	4	4	3	3	3	3	3	4	31
68	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
69	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
70	3	4	4	2	5	5	4	3	2	1	33
71	3	4	4	2	5	5	3	4	2	1	33
72	3	4	3	2	5	5	3	3	2	1	31
73	3	4	3	2	5	5	3	3	2	1	31
74	3	4	3	4	5	5	5	3	3	4	39
75	3	3	3	3	4	2	1	3	2	2	26
76	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
77	1	4	3	5	4	3	5	4	3	4	36
78	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	39
79	1	3	3	3	3	3	3	3	4	5	31
80	1	4	3	5	4	3	5	4	3	4	36
81	3	3	3	3	2	2	4	4	4	5	33

82	1	4	4	2	3	2	3	4	4	4	31
83	1	4	4	3	3	4	3	4	3	4	33
84	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	35
85	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	36
86	3	3	3	2	2	2	1	4	4	4	28
87	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	37
88	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	40
89	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
90	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
91	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
92	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	33
93	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	37
94	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	36
95	3	4	3	5	4	3	5	4	3	4	38
96	3	3	3	3	3		3	3	3	4	28
97	3	3	4	2	4	5	2	5	3	4	35
98	3	4	3	4	3	4	3	4	1	3	32
99	3	5	3	4	2	5	3	5	3	5	38
100	2	4	3	3	2	4	3	5	3	3	32

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	3.84	.564	100
X1.2	3.94	.802	100
X1.3	3.81	.692	100
X1.4	3.93	.795	100
X1.5	3.93	.856	100
X1.6	3.86	.682	100

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.31	12.802	3.578	6

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	3.94	.722	100
X2.2	3.71	.715	100
X2.3	3.41	.740	100
X2.4	3.43	.671	100
X2.5	3.96	.777	100
X2.6	3.95	.880	100

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Z.1	4.29	.782	100
Z.2	4.13	.872	100
Z.3	4.17	.726	100
Z.4	3.98	.853	100
Z.5	4.08	.861	100
Z.6	4.20	.841	100

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24.85	18.149	4.260	6

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4.01	1.020	100
Y.2	4.08	.861	100
Y.3	3.97	.915	100
Y.4	4.03	.904	100
Y.5	3.40	.711	100

Y.6	3.74	.895	100
Y.7	3.81	.950	100
Y.8	3.43	.742	100
Y.9	3.70	.718	100
Y.10	3.85	.672	100

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
38.02	42.505	6.520	10



