

**PENGARUH TRANSAKSI NON TUNAI MENGGUNAKAN
LAYANAN VIRTUAL BISNIS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT. INDOMARCO
PRISMATAMA CABANG MEDAN**

NUR'AIN HARAHAP

Dosen Fakultas Teknik dan Informatika Universitas Harapan Medan

Email : ai.tann679@gmail.com

ABSTRACT

This research includes quantitative research. This study aims to test the hypothesis and is a study that explains the phenomenon in the form of relationships between variables. The main purpose of this study is to identify the causal relationship between variables. In this study, researchers wanted to test the effect of non-cash transactions using virtual business to Consumer Satisfaction. The population used in this study is the consumer who ever made a virtual purchase / payment. Sampling method used is non probability sampling. While determination of the number of respondents (samples) is done through accidental sampling method. So the sample in this study amounted to 20% of the population of 70 consumers. Variable Measurement Scale in this study was measured using the Likert Scale. Model Analysis of daa used is a simple linear regression analysis model that is to predict the degree of influence of independent variables on the dependent variable. To test the hypothesis, a Simple Linear Regression Model is used. The t test result obtained from the output table is 24.24. While ttable 0,24 with $\alpha = 5\%$. With thitung > ttable (24,24 > 0,24). This means that non-cash transactions using virtual business services affect consumer satisfaction at PT. Indomarco Prismatama Medan Branch,

Keywords : Virtual business, customer satisfaction, non cash transaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan perkembangan perekonomian di Indonesia, dalam persaingan bisnis yang dihadapi setiap perusahaan di masa era digital ini semakin kompleks. Perusahaan berusaha mencari strategi yang dapat menutupi kelemahannya dan mampu bersaing dalam perdagangan bisnis untuk kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Seiring dengan kemajuan Teknologi Informasi dan mekanisme transaksi yang digunakan sistem pembayaran juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Berbagai inovasi instrument mekanisme pembayaran telah menciptakan banyak pilihan bagi penggunaannya untuk memilih instrument dan mekanisme yang dianggap paling bermanfaat.

Kendati transaksi tunai dinilai kurang praktis dalam transaksi pembayaran dan pembelian barang, sedangkan pembayaran dan pembelian non tunai adalah sarana pembayaran menggunakan media kertas (*paper based instrument*), selain itu berkembang pula *card based instrument* dan *electronic based instrument* dalam alat pembayaran non tunai.

Dengan menggunakan kartu kredit, kartu debit atau e-banking, transaksi pembayaran bisa dengan mudah dan cepat dilakukan tanpa harus membawa uang di tangan, segala macam urusan bisnis tetap bisa dituntaskan.

Fasilitas layanan virtual bisnis mirip dengan sistem kerja layanan debit online, dimana konsumen mendapat layanan virtual saat melakukan transaksi secara online.

Pembayaran Virtual bisnis digunakan untuk melakukan transaksi keuangan/pembayaran melalui internet. Layanan virtual bisnis ini mempermudah konsumen melakukan transaksi pembayaran seperti BPJS, PBB, angsuran kendaraan, pembelian pulsa dan pembelian tiket transformasi.

PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan (*ritel*), terus mendorong penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran non tunai bagi kepuasan konsumennya

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif konsumen pada suatu produk yang dikonsumsinya, yang menyangkut apakah kinerja produk tersebut relatif baik atau buruk atau apakah produk yang bersangkutan sesuai atau tidak dengan tujuan atau pemakaian produk tersebut bagi konsumen. Selain itu kepuasan konsumen juga merupakan evaluasi konsumen terhadap produk yang dikonsumsi dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen tersebut dalam memperoleh produk yang diinginkan. Apabila pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen sesuai dengan apa yang diperoleh konsumen pada suatu produk, maka akan timbul kepuasan pada diri konsumen tersebut.

Secara umum definisi dari kepuasan konsumen adalah hasil penilaian konsumen terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan tersebut lantas dibandingkan dengan persepsi terhadap kinerja yang diterima dengan mengkonsumsi produk tersebut, jika harapan lebih tinggi dari kinerja produk, maka konsumen akan merasa tidak puas. Namun sebaliknya, jika harapan sama dengan atau lebih rendah daripada kinerja produk maka konsumen akan merasa puas. Apabila konsumen tidak memperoleh kepuasan saat mengkonsumsi suatu produk, maka besar kemungkinan konsumen tersebut akan beralih pada produk pesaing. Selain itu konsumen yang tidak puas akan suatu produk memiliki kemungkinan

untuk menceritakan ketidakpuasan itu pada calon konsumen lain sehingga calon konsumen tersebut akan membatalkan niat untuk membeli produk yang bersangkutan dan beralih pada produk pesaing,

Namun, menarik perhatian calon konsumen internet dan memberikan kepuasan kepada konsumen bukanlah hal yang mudah. sebuah layanan yang menyediakan fasilitas *online shopping* membutuhkan kreativitas, kecerdasan, waktu dan tenaga yang banyak agar mampu bersaing dengan puluhan, ratusan, atau bahkan ribuan virtual lainnya yang ada.

Dari adanya permasalahan terkait aktivitas transaksi non tunai mengenai tanggungjawab terhadap kepuasan konsumen. Dimana tujuan adanya transaksi non tunai adalah menyenangkan atau memuaskan konsumen dengan menawarkan barang, jasa bahkan ide ataupun pemikiran yang bernilai nyata, dimana adanya tambahan biaya administrasi setiap melakukan transaksi, adanya risiko terhadap pencurian data, jaringan *offline* terlalu lama, dan adanya batas-batas waktu pembayaran.

Berdasarkan masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian "Pengaruh Transaksi Non Tunai menggunakan Layanan Virtual Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan".

LANDASAN TEORITIS

1. Transaksi non Tunai

Transaksi non tunai merupakan perwujudan dari sistem Alat Pembayaran menggunakan Kartu (APMK) yang dilayani sistem perbankan. Dunia perbankan secara tidak langsung menciptakan inovasi teknologi baru dalam sistem pembayaran. Indonesia menyambut baik kehadiran sistem pembayaran baru yang diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Hal ini terlihat dari banyaknya fasilitas sistem transaksi non tunai dikeluarkan oleh pihak bank.

Alat Transaksi non tunai (Uang Elektronik) merupakan perwujudan atas sistem perbankan

modern yang menggunakan sistem alat pembayaran menggunakan kartu (APMK).

Adapun pengertian *electronic money* menurut Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 adalah alat pembayaran yang memenuhi syarat, yaitu :

- 1) Diterbitkan atas nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- 2) Nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau *chip*.
- 3) Sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- 4) Nilai uang elektronik dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan konsumen. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain.

Kotler (2008:35) mengatakan “Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

3. Pengertian Virtual bisnis

Banyak pelaku bisnis yang menyambut baik adanya virtual bisnis, mengingat *tools* mampu menghemat biaya operasional dan administrasi perkantoran. Virtual bisnis dapat memenuhi kebutuhan manajemen dan administrasi seperti *call center*, dokumen, dan lainnya telah tersedia secara online.

Secara umum arti Virtual adalah “yang tidak nyata, maya”. Virtual bisnis adalah “sebuah bentuk aplikasi layanan perkantoran dalam format virtual yang bekerja secara online”.

Pengaturan operasional dan fungsional suatu kantor virtual memungkinkan pemilik bisnis dan karyawan untuk bekerja dari lokasi dimanapun dengan menggunakan teknologi computer seperti *PC*, Laptop, ponsel, dan akses internet.

4. Jenis Virtual Bisnis Online

Selain kita dapat menjual barang-barang nyata, kita juga bisa menjual produk yang sifatnya tidak nyata di internet. Salah satu keuntungan dari berbisnis produk tidak nyata ialah kita tidak memerlukan gudang penyimpanan barang, selain itu persaingannya juga masih termasuk rendah. Ada beberapa jenis produk virtual / tidak nyata yang bisa dan mungkin bisa dijadikan sebagai ladang penghasilan.

1). Domain

Domain adalah alamat sebuah situs web, sebenarnya alamat dari situs-situs yang eksis di Internet ini bentuk dasarnya berupa angka-angka, contohnya 17.125.135.147 bila angka ini diketik di address bar di penjelajah web maka akan terbuka situs web Google, contoh lain 72.30.38.140 kalau ini yang diketik maka akan terbuka Yahoo. Penggunaan angka-angka ini sering disebut dengan alamat IP padahal itu sebenarnya adalah alamat domain.

Domain menggunakan kata-kata bertujuan supaya penggunaannya lebih mudah diingat daripada harus menghafal urutan angka-angka yang panjang. Oleh sebab itu, para ahli Internet membuat sistem penamaan domain dalam bentuk kata untuk pengganti urutan angka-angka tersebut.

Mengingat semakin bertumbuhnya pengguna internet maka domain dapat menjadi produk virtual yang cocok untuk bisnis online masa kini. Juga bisa memadukannya dengan jasa sewa hosting untuk menambah jenis produk dan membuat sebuah paket hosting + domain yang dapat memberikan kemudahan kepada para pembeli yang masih awam tentang produk ini. Domain merupakan alamat website yang bisa diakses langsung oleh masyarakat melalui web

browser. Alamat website tersebut memiliki domain .com, .co.id, dsb., yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pembuatan website.

Untuk membuat sebuah website, konsumen bisa menyewa hosting, tergantung kapasitas penyimpanan data yang dibutuhkan.

Domain yang dipilih bisa langsung di akses dari seluruh dunia. Rata-rata prosesnya cukup membutuhkan waktu dalam hitungan menit," Konsumen bisa melakukan penyesuaian terhadap websitenya melalui aplikasi control panel yang sudah terintegrasi dengan layanan hosting. Melalui control panel tersebut, konsumen bisa dengan bebas mengatur dan membangun website sedemikian rupa.

2). Desain

Disain berupa desain logo, desain banner dan sebagainya. Desain bisa dikatakan sebagai bisnis tanpa modal terbaik dengan bayaran yang tinggi. Virtual untuk menunjang bisnis dan sebagai alat pemasaran untuk memberikan gambaran luas tentang usaha, layanan desain web berbasis pada platform content management system untuk profil perusahaan, pembuatan video profil usaha, jasa desain grafis ataupun branding mulai dari logo, stationery, dan lain lain, juga melakukan distribusi konten digital marketing dan pemasaran online.

3). Website

Website adalah suatu halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berada pada peladen yang sama berisikan kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau organisasi. Sebuah situs web biasanya ditempatkan setidaknya pada sebuah server web yang dapat diakses melalui jaringan seperti Internet, ataupun jaringan wilayah lokal (LAN) melalui alamat Internet yang dikenali sebagai URL. Gabungan atas semua situs yang dapat diakses publik di Internet disebut pula sebagai World Wide Web atau lebih dikenal dengan singkatan WWW. Meskipun setidaknya halaman beranda situs Internet umumnya dapat diakses publik secara bebas, pada praktiknya tidak semua situs memberikan kebebasan bagi publik untuk

mengaksesnya, beberapa situs web mewajibkan pengunjung untuk melakukan pendaftaran sebagai anggota, atau bahkan meminta pembayaran untuk dapat menjadi anggota untuk dapat mengakses isi yang terdapat dalam situs web tersebut, misalnya situs-situs yang menampilkan pornografi, situs-situs berita, layanan surel (*e-mail*), dan lain-lain. Pembatasan-pembatasan ini umumnya dilakukan karena alasan keamanan, menghormati privasi, atau karena tujuan komersial tertentu. Sebuah halaman web merupakan berkas yang ditulis sebagai berkas teks biasa (*plain text*) yang diatur dan dikombinasikan sedemikian rupa dengan instruksi-instruksi berbasis HTML atau XHTML, kadang-kadang pula disisipi dengan sekelumit bahasa skrip. Berkas tersebut kemudian diterjemahkan oleh peramban web dan ditampilkan seperti layaknya sebuah halaman pada monitor komputer.

4). Akun Game Online

Berbisnis dengan cara membeli sebuah akun game online yang levelnya tinggi dan menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi. Atau juga bisa menawarkan diri sebagai distributor pembuatan akun premium sebuah game online.

5). Ebook

Buku elektronik (atau e-book) adalah publikasi buku yang tersedia dalam bentuk digital, yang terdiri dari teks, gambar, atau keduanya, dapat dibaca di layar komputer atau perangkat elektronik lainnya. Meskipun kadang-kadang didefinisikan sebagai "versi elektronik dari buku cetak", beberapa e-buku ada tanpa padanan cetak. E-book yang diproduksi dan dijual secara komersial biasanya dimaksudkan untuk dibaca pada perangkat khusus. Namun, hampir semua perangkat komputer canggih yang dilengkapi layar tampilan yang dapat dikontrol juga dapat digunakan untuk membaca e-buku, termasuk komputer desktop, laptop, tablet, dan smartphone.. Umumnya ebook yang beredar di

internet bertemakan bisnis karena hampir sebagian besar orang yang memiliki keinginan berbisnis tidak segan-segan mengeluarkan uangnya demi mendapatkan ilmu bisnis yang tepat untuk dirinya. Menjual ide-ide dalam bentuk buku elektronik atau yang biasa disebut sebagai ebook.

5. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Bisa dipastikan bahwa semua buku teks terlaris dibidang strategi bisnis, pemasaran dan perilaku konsumen Organisasi bisnis dan non bisnis pun berlomba-lomba mencanangkannya sebagai salah satu tujuan strategiknya, misalnya slogan-slogan seperti "konsumen adalah Raja". Kepuasan anda adalah tujuan kami". *We care For Konsumen*".

Abdullah & Tantri (2012:38) "Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya".

Yoeti (2007:36) "Kepuasan Konsumen banyak ditentukan oleh kualitas performan dalam pelayanan dilapangan". Apabila pelayanan tidak sama atau tidak sesuai dengan harapan konsumen maka dimata konsumen pelayanan yang diberikan dinilai jelek dan tidak memuaskan. Rasa puas konsumen terhadap suatu dapat disebabkan antara lain:

- 1) Tidak sesuai dengan harapan dan kenyataan yang dialami.
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan konsumen
- 3) Perilaku/tindakan personil yang tidak menyenangkan.
- 4) Suasana dan kondisi fisik lingkungan yang tidak menunjang

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu Penelitian dimulai dari menentukan judul penelitian pada bulan September sampai Desember 2017. Penelitian ini dilakukan di PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan yang bertempat di jalan Industri Dusun I No. 60

Tanjung Morawa. Dimana data diperoleh dengan melakukan angket atau kuesioner pada konsumen PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengidentifikasi hubungan sebab akibat antara variabel (Erlina, 2011:20).

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji pengaruh Transaksi non tunai menggunakan virtual bisnis terhadap Kepuasan Konsumen.

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Lubis, 2012:122). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian/pembayaran virtual yaitu berjumlah 350 konsumen. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Lubis, 2012:214). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik penelitian sampel berdasarkan kebetulan, yaitu memilih responden dengan cara mendatangi responden kemudian memilih calon responden yang ditemui secara kebetulan. Maka Sampel dalam penelitian ini sebesar 20% dari Populasi yaitu 70 konsumen. Skala Pengukuran Variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Skala Likert yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008:104).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara melakukan penyebaran angket (*kuesioner*) yaitu dengan cara mengajukan daftar pernyataan tertulis yang

telah disiapkan sebelumnya kemudian diberikan kepada konsumen yang ditemui pada saat melakukan transaksi non tunai yang menggunakan layanan virtual bisnis,

Model Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah model analisis regresi linear sederhana. Tujuan dari teknik analisis regresi linier sederhana adalah untuk memprediksi derajat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Erlina, 2011:110). Untuk menguji hipotesis, digunakan Model Regresi Linier Sederhana dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X=Transaksi non tunai menggunakan layanan virtual bisnis

Teknik analisa yang dilakukan dalam menyimpulkan hasil penelitian akan menggunakan SPSS.

1. Uji Hipotesis

- a. Koefisien Determinasi (R^2) untuk menentukan apakah model regresi cukup baik digunakan, maka ditetapkan melalui koefisien determinasi. Nilai R Square dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model regresi (Ghozali, 2006:87)
- b. Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Untuk mengetahui seberapa besar variabel transaksi non tunai layanan menggunakan virtual bisnis (X) dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y), maka dapat dilihat melalui koefisien determinasi (RSquare) pada tabel 4.1

Tabel 4.1
Hasil Perhitungan R quare
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Change		
				df1	df2	Sig. F Change
1	,947 ^a	0,896	0,895	1	68	0

- a. *Predictors*: (Constant), Transaksi non tunai layanan Virtual bisnis
 - b. *Dependent Variable*: kepuasan konsumen
- Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 20.0 Tahun, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas dapat dilihat nilai R Square sebesar 0,896 atau sama dengan 89,6%. Berarti model analisis yang digunakan mampu menjelaskan Transaksi online menggunakan layanan Virtual Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan sebesar 89,6%. Menurut tingkat interpretasi diketahui besarnya pengaruh Transaksi online menggunakan layanan virtual bisnis terhadap kepuasan konsumen berada pada kategori sangat kuat. sedangkan sisanya 10,4 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

a. Uji Statistik t

Untuk mengetahui seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat.

Diperlukan perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima dengan taraf sig. 95%, alpa 5%
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak dengan taraf sig. 95%, alpa 5%.

Tabel 4.2.
Hasil Uji t

Coefficients

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,316	1,476		4,27	,000
Transaksi non tunai virtual bisnis	0,874	0,036	0,947	24,24	,000

b. *Dependent Variable: kepuasan konsumen*

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 20.0 Tahun, 2017

Hasil uji t diperoleh dari tabel output adalah 24,24. Sedangkan t_{tabel} 0,24 dengan $\alpha = 5\%$.

Dan derajat kebebasan ($df = n-2$), dimana jumlah responden $70 - 2 = 68$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 0,24. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh

$t_{hitung} > t_{tabel}$ ($24,24 > 0,24$). Artinya Transaksi non tunai menggunakan layanan virtual bisnis berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan,

Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui Pengaruh antara Transaksi non tunai menggunakan layanan virtual bisnis terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan, digunakan Analissi regresi Linear Sederhana yaitu : $Y = a + bX$

Tabel 4.3.
Hasil regresi linear sederhana

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,316	1,476		4,27	,000
Transaksi non tunai virtual bisnis	0,874	0,036	0,947	24,24	,000

b. *Dependent Variable: kepuasan konsumen*

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 20.0 Tahun, 2017

Persamaan diatas Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel di atas, diperoleh persamaan sebagai berikut : $Y = 6,316 + 0,874X$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 6,316 menyatakan bahwa jika Transaksi non tunai menggunakan layanan virtual bisnis satu satuan maka terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan adalah sebesar 6,316. Menurut tingkat interpretasi diketahui tingkat pengaruh Transaksi non tunai menggunakan layanan virtual bisnis berada pada kategori Kuat.
- b. Sedangkan koefisien regresi sebesar 0,874 setiap Transaksi non tunai menggunakan layanan virtual bisnis sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,874 (asumsi faktor lain tetap).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Transaksi non tunai menggunakan layanan virtual bisnis mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin & Tantri Francis. 2012. Mnajemen Pemasaran. RAjawali Pers. Jakarta.

Erlina, 2011. Metode Penelitian, USU Press. Medan.

Eny, Kustiyah, Dewi Wayuningsih. 2009. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah dalam transaksi e-banking pada Bank Negara Indonesia Slamet Riyadi. Solo.

Ghozali, Imam, 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Undip. Semarang.

- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyadi, Rambat. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi kedua, Penerbit: Salemba Empat. Jakarta.
- Lubis, Ade Fatma. 2012. Metode Penelitian Akuntansi dan Format Penulisan Tesis. USU. Press. Medan
- Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014
- Roy, Sakti. 2014. Credit Card Revolution (Kaya Modal Kartu Kredit). Cetakan ketiga PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono, 2008. Metode Kuantitatif kualitatif dan R&D. Cetakan ke-8. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Pandji. 2005. Prinsip-Prinsip Total Quality Service. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Yoeti, H. Oka. 2007. Customer Service: Cara Efektif Memuaskan Pelanggan. Cetakan Ketiga. PT. Prasya Paramita. Bandung.