

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN AUTOMATED TELLER MACHINE (ATM) (Studi Kasus pada Bank Mandiri di Pontianak)

Sugianto<sup>1)</sup>, Vivi<sup>2)</sup>

<sup>1) 2)</sup> Prodi Bahasa Inggris (Konsentrasi Business English & Management), Politeknik Tonggak Equator

<sup>1)</sup> Email : sugianto.polteq@gmail.com

<sup>2)</sup> Email : viv\_limas@yahoo.com

### Abstract

*Service quality is the best assurance for customer loyalty. High quality of service will result in high customer satisfaction, therefore the quality improvement program will generally increase the profitability. In order to improve service quality to customers, bank provides facilities in the form of provision of ATM machines (Automatic Teller Machine). ATM machines provide convenience for customers in conducting banking transactions, such as checking balances, cash withdrawals, remittances, bill payment of credit cards, telephone, electricity, water and others. This study aims to determine the influence of service quality on customer satisfaction of Mandiri Bank's Automated Teller Machine (ATM) service in Pontianak. The sample in this research is customer of Mandiri Bank in Pontianak which amounted to 50 respondents. The sampling technique used is simple random sampling. Data were collected through questionnaires, interviews and literature studies. The conclusion of this study is that the five variables (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible) affect customer satisfaction of Mandiri Bank's Automated Teller Machine (ATM) service. The authors suggest that Mandiri Bank improve its ATM services, increase the number of ATM machines, add videocall features on Mandiri Call, assign security personnel to secure the ATM gallery room, perform optimal maintenance of its ATM machine, and repair damaged ATM machine buttons.*

*Key word : service quality, automatic teller machine*

### 1. PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan antar bank dalam dunia perbankan dirasakan cukup ketat. Bank harus mampu memenuhi tuntutan masyarakat yang semakin banyak. Masyarakat menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kualitas pelayanan merupakan jaminan terbaik kesetiaan pelanggan.

Peningkatan kualitas pelayanan memerlukan komitmen total dari seluruh pihak manajemen bank. Dalam rangka meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah, bank menyediakan fasilitas berupa penyediaan mesin ATM (*Automatic Teller Machine*). Fasilitas mesin ATM merupakan salah satu kemudahan yang ditawarkan oleh setiap bank kepada nasabahnya. Mesin ATM sendiri mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah atas kemudahan dan keamanan dalam melakukan transaksi keuangan. Mesin ATM memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan, seperti pengecekan saldo, penarikan uang tunai, pengiriman uang (*transfer via ATM*), pembayaran tagihan baik kartu kredit, telepon, listrik, PDAM dan lainnya.

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk adalah salah satu Bank BUMN terbesar di Indonesia yang memiliki kantor cabang sebanyak 2.312 cabang dan 15.344 unit ATM yang tersebar di seluruh Indonesia

(data tahun 2014). Produk-produk yang ditawarkan Bank Mandiri juga beragam yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang meliputi produk simpanan antara lain Mandiri Tabungan, Mandiri Tabungan Bisnis, Mandiri Tabungan Investor, Mandiri Tabungan Haji, Mandiri Tabungan Valas, Mandiri Giro, Mandiri Deposito; produk kredit antara lain Mandiri KPR, Mandiri KPR Multiguna, Mandiri Kredit Tanpa Agunan, Mandiri Mitrakarya, Mandiri Tunas Finance; Kartu Kredit, Bank Notes, Bank Asuransi, Safe Deposit Box (SDB), Internet Banking, Mobile Banking, EDC, Mesin ATM dan sebagainya.

Di kota Pontianak sendiri, Bank Mandiri telah menempatkan semua jenis mesin ATM di 20 titik lokasi. Dalam perkembangannya, selain mesin ATM Tunai, Bank Mandiri juga telah menyediakan mesin CDM-Cash Deposit Machine (mesin setoran tunai), ATM Non-Tunai dan CRM-Cash Recycle Machine (setor tarik) yang berfungsi untuk menerima penyetoran uang dan penarikan uang tunai dalam 1 mesin.

Mesin ATM yang merupakan bagian dari fasilitas Bank Mandiri dalam memberikan kepuasan layanan bagi nasabah maka kualitas layanan mesin ATM juga harus ditingkatkan sehingga kemudahan, kenyamanan dan keamanan nasabah dalam bertransaksi selalu terjaga.

Pentingnya layanan ATM terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri inilah yang menjadi latar belakang ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) pada Bank Mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri di Pontianak.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan peneliti adalah melalui observasi, penyebaran kuesioner dan wawancara kepada responden, dan data yang diperoleh dari buku atau literatur ataupun dari website. Lokasi penelitian adalah di kota Pontianak. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/nasabah Bank Mandiri di kota Pontianak. Metode pengambilan sampel yang dipergunakan adalah metode *simple random sampling* sebanyak 50 orang. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini antara lain keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud. Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai alat untuk mengukur variabel penelitian. Jawaban setiap opsi dari instrumen yang dipergunakan mempunyai gradasi nilai kualitatif dari yang sangat positif sampai yang sangat negatif yang berupa kata-kata kemudian dikuantitatifkan dengan memberikan nilai atau skor yang berupa angka, sebagai berikut: sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), sangat tidak setuju (1). Peneliti menggunakan analisa kuantitatif untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat baik secara simultan maupun secara parsial serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini dengan menggunakan Analisis Regresi Berganda yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

di mana :

|                           |   |                         |
|---------------------------|---|-------------------------|
| Y                         | = | Kepuasan pelanggan      |
| a                         | = | Konstanta               |
| $\beta_1, \dots, \beta_5$ | = | Koefisien regresi $X_i$ |
| $X_1$                     | = | Keandalan               |
| $X_2$                     | = | Daya Tanggap            |
| $X_3$                     | = | Jaminan                 |
| $X_4$                     | = | Empati                  |
| $X_5$                     | = | Berwujud                |

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Priyatno (2008:23), Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus

*Corrected Item-Total Correlation*. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Jumlah sample ( $n$ ) = 50, sehingga besarnya  $df$  adalah  $50-2=48$  dengan  $df = 48$  dan  $\alpha = 0,05$  didapat  $r$  tabel = 0,2787.

**Tabel 1 Hasil Analisis Validitas**

| Correlations   |                     | Kepuasan<br>Konsumen 5 |
|----------------|---------------------|------------------------|
| Keandalan_1    | Pearson Correlation | 0,145                  |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,317                  |
| Keandalan_2    | Pearson Correlation | ,446**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,001                  |
| Keandalan_3    | Pearson Correlation | ,516**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,000                  |
| Keandalan_4    | Pearson Correlation | ,308*                  |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,030                  |
| Keandalan_5    | Pearson Correlation | ,388**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,005                  |
| Daya Tanggap_1 | Pearson Correlation | ,319*                  |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,024                  |
| Daya Tanggap_2 | Pearson Correlation | ,448**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,001                  |
| Daya Tanggap_3 | Pearson Correlation | ,387**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,005                  |
| Daya Tanggap_4 | Pearson Correlation | ,466**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,001                  |
| Daya Tanggap_5 | Pearson Correlation | ,707**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,000                  |
| Jaminan_1      | Pearson Correlation | ,395**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,004                  |
| Jaminan_2      | Pearson Correlation | 0,257                  |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,071                  |
| Jaminan_3      | Pearson Correlation | ,583**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,000                  |
| Jaminan_4      | Pearson Correlation | ,563**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,000                  |
| Jaminan_5      | Pearson Correlation | ,398**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,004                  |
| Empati_1       | Pearson Correlation | ,423**                 |
|                | Sig. (2-tailed)     | 0,002                  |

|                     |                     |        |
|---------------------|---------------------|--------|
| Empati_2            | Pearson Correlation | ,638** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,000  |
| Empati_3            | Pearson Correlation | ,472** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,001  |
| Empati_4            | Pearson Correlation | ,279*  |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,049  |
| Empati_5            | Pearson Correlation | ,491** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,000  |
| Benda Berwujud_1    | Pearson Correlation | ,555** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,000  |
| Benda Berwujud_2    | Pearson Correlation | ,452** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,001  |
| Benda Berwujud_3    | Pearson Correlation | ,492** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,000  |
| Benda Berwujud_4    | Pearson Correlation | ,449** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,001  |
| Benda Berwujud_5    | Pearson Correlation | ,413** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,003  |
| Kepuasan Konsumen_1 | Pearson Correlation | ,442** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,001  |
| Kepuasan konsumen_2 | Pearson Correlation | ,502** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,000  |
| Kepuasan Konsumen_3 | Pearson Correlation | ,674** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,000  |
| Kepuasan Konsumen_4 | Pearson Correlation | ,694** |
|                     | Sig. (2-tailed)     | 0,000  |
| Kepuasan Konsumen_5 | Pearson Correlation | 1      |
|                     | Sig. (2-tailed)     |        |

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

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

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Dari output tabel 1 di atas, terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan kecuali indikator pada item keandalan\_1. Item keandalan\_1 menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $(0,145) < r$  tabel  $(0,2787)$  sehingga pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid. Dengan demikian, item keandalan\_1 tidak diikutsertakan dalam uji regresi.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengukuran ini menggunakan uji reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha*. Menurut Sekaran (dalam Priyatno, 2008:26) kuesioner dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,6$ .

**Tabel 2 Hasil Analisis Reliabilitas**

**Cronbach's Alpha**

.943

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Dari hasil analisis di atas, diperoleh nilai *Alpha* untuk variabel bebas sebesar 0,943 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

**Uji Asumsi Klasik**

Untuk memenuhi syarat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE), maka perlu dilakukan evaluasi ekonometri terhadap model persamaan regresi yaitu pengujian penyimpangan asumsi klasik yang terdiri atas uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

**a. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

Menurut Santoso (dalam Duwi Priyatno, 2008:39) pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya. Hasil pengujian terhadap multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas**

| Model          | Unstandardized Coefficients |            | Beta  | t     | Sig. | Stand ardis e d Coeffi cients | Collinearity Statistics | VIF   |
|----------------|-----------------------------|------------|-------|-------|------|-------------------------------|-------------------------|-------|
|                | B                           | Std. Error |       |       |      |                               |                         |       |
| 1 (Constant)   | -,260                       | 2,075      |       | -,125 | ,901 |                               |                         |       |
| Keandalan      | ,153                        | ,157       | ,109  | ,973  | ,336 |                               | ,456                    | 2,193 |
| Daya Tanggap   | ,189                        | ,160       | ,171  | 1,182 | ,243 |                               | ,276                    | 3,625 |
| Jaminan        | ,364                        | ,138       | ,346  | 2,632 | ,012 |                               | ,333                    | 3,007 |
| Empati         | -,011                       | ,145       | -,010 | -,077 | ,939 |                               | ,333                    | 3,005 |
| Benda Berwujud | ,396                        | ,092       | ,415  | 4,308 | ,000 |                               | ,619                    | 1,615 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel bebas ( $X_i$ ) lebih kecil dari 5 sehingga dapat dinyatakan bahwa antarvariabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka

disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Metode pengujian yang digunakan adalah uji Glejser. Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |  | t      | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|--------|------|
|              | B                           | Error Std. | Beta                      |  |        |      |
| 1 (Constant) | ,984                        | 1,132      |                           |  | ,870   | ,389 |
| X1           | ,005                        | ,086       | ,013                      |  | ,059   | ,953 |
| X2           | -,129                       | ,087       | -,404                     |  | -1,482 | ,146 |
| X3           | -,037                       | ,075       | -,121                     |  | -,486  | ,630 |
| X4           | ,112                        | ,079       | ,350                      |  | 1,410  | ,166 |
| X5           | ,057                        | ,050       | ,207                      |  | 1,140  | ,261 |

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi variabel independen diatas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

**c. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi autokorelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Metode pengujian yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah uji Durbin-Watson (DW Test).

Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag diantara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah :

H0 : tidak ada autokorelasi (r = 0)

Ha : ada autokorelasi (r ≠ 0)

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi disajikan pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi**

| Hipotesis nol                  | Keputusan   | Jika                |
|--------------------------------|-------------|---------------------|
| Tidak ada autokorelasi positif | Tolak       | $0 < d < dl$        |
| Tidak ada autokorelasi positif | No Decision | $dl \leq d \leq du$ |

|  |               |                             |
|--|---------------|-----------------------------|
| Tidak ada korelasi negative                  | Tolak         | $4 - dl < d < d$            |
| Tidak ada korelasi negative                  | No Decision   | $4 - du \leq d \leq 4 - dl$ |
| Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif | Tidak ditolak | $du < d < 4 - du$           |

Sumber : Ghozali, 2016

Pada Tabel 6 di bawah ini, dapat diketahui bahwa nilai DW sebesar 2,326. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel sebanyak (n) = 50 dan jumlah variabel independen adalah 5 (k=5), maka di tabel Durbin Watson akan didapatkan nilai dl = 1,3346 dan du = 1,7708.

**Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | ,865 <sup>a</sup> | ,747     | ,719              | 1,31727                    | 2,326         |

a. Predictors: (Constant), Benda Berwujud, Keandalan, Empati, Jaminan, Daya Tanggap

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Oleh karena nilai DW 2,326 lebih besar dari 4 – 1,7708 (4 – du) dan kurang dari 4 – 1,3346 (4 – dl), maka keputusan yang diambil adalah No Decision.

Untuk itu, perlu dilakukan pengobatan autokorelasi dengan metode The Cochran – Orcutt Two-Step Procedure sehingga diperoleh hasil uji autokorelasi sebagai berikut :

**Tabel 7 Hasil Uji Autokorelasi setelah dilakukan Pengobatan Autokorelasi**

| Model | R                 | R Square <sup>b</sup> | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|-----------------------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | ,164 <sup>a</sup> | ,027                  | ,007              | 1,24272535                 | 1,980         |

a. Predictors: Lag\_e

b. For regression through the origin (the no-intercept model), R Square measures the proportion of the variability in the dependent variable about the origin explained by regression. This CANNOT be compared to R Square for models which include an intercept.

c. Dependent Variable: Unstandardized Residual

d. Linear Regression through the Origin

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Berdasarkan Tabel 7 diatas, dapat diketahui bahwa nilai DW sebesar 1,980. Oleh karena nilai DW (1,980) lebih besar dari du (1,7708) dan kurang dari 4 – 1,7708 (4 – du), maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak yang artinya adalah tidak terjadi autokorelasi positif atau negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

**d. Uji Linearitas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf

signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Linearity) kurang dari 0,05.

**Tabel 8 Uji Linearitas (Kepuasan Pelanggan \*Keandalan)**

|                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | Sig. |
|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|------|
| Between Groups | (Combined)               | 160,108        | 7  | 22,873      | ,000 |
|                | Linearity                | 114,075        | 1  | 114,075     | ,000 |
|                | Deviation from Linearity | 46,033         | 6  | 7,672       | ,055 |
| Within Groups  |                          | 142,212        | 42 | 3,386       |      |
| Total          |                          | 302,320        | 49 |             |      |

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Dari tabel output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kepuasan pelanggan dan Keandalan terdapat hubungan yang linear.

**Tabel 9 Uji Linearitas (Kepuasan Pelanggan \* Daya Tanggap)**

|                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | Sig. |
|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|------|
| Between Groups | (Combined)               | 212,917        | 9  | 23,657      | ,000 |
|                | Linearity                | 166,985        | 1  | 166,985     | ,000 |
|                | Deviation from Linearity | 45,932         | 8  | 5,742       | ,023 |
| Within Groups  |                          | 89,403         | 40 | 2,235       |      |
| Total          |                          | 302,320        | 49 |             |      |

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Dari tabel output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kepuasan Pelanggan dan Daya Tanggap terdapat hubungan yang linear.

**Tabel 10 Uji Linearitas (Kepuasan Pelanggan \* Jaminan)**

|                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | Sig. |
|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|------|
| Between Groups | (Combined)               | 209,809        | 10 | 20,981      | ,000 |
|                | Linearity                | 169,949        | 1  | 169,949     | ,000 |
|                | Deviation from Linearity | 39,860         | 9  | 4,429       | ,087 |
| Within Groups  |                          | 92,511         | 39 | 2,372       |      |
| Total          |                          | 302,320        | 49 |             |      |

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Dari tabel output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kepuasan Pelanggan dan Jaminan terdapat hubungan yang linear.

**Tabel 11 Uji Linearitas (Kepuasan Pelanggan \* Empati)**

|                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | Sig. |
|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|------|
| Between Groups | (Combined)               | 179,400        | 10 | 17,940      | ,000 |
|                | Linearity                | 140,650        | 1  | 140,650     | ,000 |
|                | Deviation from Linearity | 38,750         | 9  | 4,306       | ,237 |
| Within Groups  |                          | 122,920        | 39 | 3,152       |      |
| Total          |                          | 302,320        | 49 |             |      |

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Dari tabel output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kepuasan Pelanggan dan Empati terdapat hubungan yang linear.

**Tabel 12 Uji Linearitas (Kepuasan Pelanggan \* Berwujud)**

|                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | Sig. |
|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|------|
| Between Groups | (Combined)               | 193,973        | 10 | 19,397      | ,000 |
|                | Linearity                | 159,584        | 1  | 159,584     | ,000 |
|                | Deviation from Linearity | 34,389         | 9  | 3,821       | ,232 |
| Within Groups  |                          | 108,347        | 39 | 2,778       |      |
| Total          |                          | 302,320        | 49 |             |      |

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Dari tabel output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kepuasan Pelanggan dan Berwujud terdapat hubungan yang linear.

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Untuk mengestimasi koefisien regresi digunakan sistem pengolahan data dengan bantuan program IBM SPSS 23.0 yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 13 berikut:

**Tabel 13 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Variabel Bebas (Xi) Terhadap Variabel Tidak Bebas (Y)**

| Model      | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t    | Sig.  | Collinearity Statistics |               |
|------------|-----------------------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|---------------|
|            |                             |                           |      |       | Beta                    | Tolerance VIF |
| (Constant) | -,260                       | 2,075                     |      | -,125 | ,901                    |               |
| Keandalan  | ,153                        | ,157                      | ,109 | ,973  | ,336                    | ,456 2,193    |

|                |       |      |       |       |      |      |       |
|----------------|-------|------|-------|-------|------|------|-------|
| Daya Tanggap   | ,189  | ,160 | ,171  | 1,182 | ,243 | ,276 | 3,625 |
| Jaminan        | ,364  | ,138 | ,346  | 2,632 | ,012 | ,333 | 3,007 |
| Empati         | -,011 | ,145 | -,010 | -,077 | ,939 | ,333 | 3,005 |
| Benda Berwujud | ,396  | ,092 | ,415  | 4,308 | ,000 | ,619 | 1,615 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan  
 Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 13 di atas, maka persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = -0,260 + 0,153X_1 + 0,189X_2 + 0,364X_3 - 0,011X_4 + 0,396X_5$$

Dimana :

Y = Kepuasan pelanggan pada layanan  
*Automated Teller Machine* (ATM)  
 Bank Mandiri

X<sub>1</sub> = Keandalan

X<sub>2</sub> = Daya Tanggap

X<sub>3</sub> = Jaminan

X<sub>4</sub> = Empati

X<sub>5</sub> = Berwujud

- Konstanta sebesar -0,260 menyatakan bahwa jika nilai keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud adalah 0 (nol), maka nilai kepuasan pelanggan pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri adalah -0,260.
- Koefisien regresi X<sub>1</sub> sebesar 0,153 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) nilai sebesar 1%, maka variabel keandalan akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri sebesar 15,3%.
- Koefisien regresi X<sub>2</sub> sebesar 0,189 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) nilai sebesar 1%, maka variabel daya tanggap akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri sebesar 18,9%.
- Koefisien regresi X<sub>3</sub> sebesar 0,364 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) nilai sebesar 1%, maka variabel jaminan akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri sebesar 36,4%.
- Koefisien regresi X<sub>4</sub> sebesar -0,011 menyatakan bahwa setiap pengurangan (karena tanda -) nilai sebesar 1%, maka variabel empati akan menurunkan nilai kepuasan pelanggan pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri sebesar 1,1%.
- Koefisien regresi X<sub>5</sub> sebesar 0,396 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) nilai sebesar 1%, maka variabel berwujud akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri sebesar 39,6%.

## Analisis Korelasi Ganda (R) dan Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis Korelasi Ganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 – 1, dimana nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

|              |                |
|--------------|----------------|
| 0,00 – 0,199 | = sangat lemah |
| 0,20 – 0,399 | = lemah        |
| 0,40 – 0,599 | = sedang       |
| 0,60 – 0,799 | = kuat         |
| 0,80 – 1,000 | = sangat kuat  |

Dari hasil analisis regresi, dilihat dari output *model summary*, maka hasil analisis korelasi ganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 14 Hasil Analisis Korelasi Ganda**

| R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| ,865 <sup>a</sup> | ,747     | ,719              | 1,31727                    | 2,326         |

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka R sebesar 0,865. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara variabel independen keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri.

Analisis Determinasi (R<sup>2</sup>) dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Jika R<sup>2</sup> = 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

Sebaliknya, jika R<sup>2</sup> = 1, maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

*Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari *R Square* dan angka ini bisa memiliki harga negatif. Menurut Santoso (2001) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasi.

Dari tabel 14 diatas, yang dilihat dari output *model summary*, maka hasil analisis determinasi adalah nilai yang diperoleh angka *Adjusted R Square* (variabel independen lebih dari dua) sebesar 0,747 atau 74,7%. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri adalah sebesar 74,7%. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud mampu menjelaskan sebesar 74,7% variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri). Sedangkan sisanya sebesar 25,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**Uji Koefisien Regresi secara Bersama-sama (Uji F)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Atau untuk mengetahui model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Dari hasil output analisis regresi dapat diketahui nilai F pada tabel dibawah ini :

**Tabel 15 Hasil Uji F**

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 225,971        | 5  | 45,194      | 26,046 | ,000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 76,349         | 44 | 1,735       |        |                   |
| Total        | 302,320        | 49 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan  
 b. Predictors: (Constant), Benda Berwujud, Keandalan, Empati, Jaminan, Daya Tanggap

Sumber : diolah dari Lampiran , 2016

Hipotesis :

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh positif antara faktor keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud secara simultan terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ ,  $df_1 = 5$ , dan  $df_2 (n-k-1) = 44$ , maka didapatkan F tabel = 2,427. Dikarenakan nilai F hitung > F tabel (26,046 > 2,427), maka H<sub>1</sub> diterima. Artinya, terdapat pengaruh positif antara faktor

keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud secara simultan terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri.

**Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dari hasil output analisis regresi dapat diketahui nilai t pada tabel dibawah ini :

**Tabel 16 Hasil Uji t**

| Model          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                | B                           | Std. Error | Beta                      | t     |      | Tolerance               | VIF   |
| (Constant)     | -,260                       | 2,075      |                           | -,125 | ,901 |                         |       |
| Keandalan      | ,153                        | ,157       | ,109                      | ,973  | ,336 | ,456                    | 2,193 |
| Daya Tanggap   | ,189                        | ,160       | ,171                      | 1,182 | ,243 | ,276                    | 3,625 |
| Jaminan        | ,364                        | ,138       | ,346                      | 2,632 | ,012 | ,333                    | 3,007 |
| Empati         | -,011                       | ,145       | -,010                     | -,077 | ,939 | ,333                    | 3,005 |
| Benda Berwujud | ,396                        | ,092       | ,415                      | 4,308 | ,000 | ,619                    | 1,615 |

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber : diolah dari Lampiran, 2016

**a. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Keandalan**

Hipotesis :

H<sub>2</sub> : Faktor keandalan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri.

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$  (uji 1 sisi), dengan  $df (n-k-1) = 44$ . Dengan pengujian 1 sisi, hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,015. Dikarenakan nilai t hitung < t tabel (0,973 < 2,015) maka H<sub>2</sub> ditolak. Artinya, secara parsial faktor keandalan tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel keandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa faktor keandalan tidak selalu mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan /nasabah pada layanan *Automated Teller Machine* (ATM) Bank Mandiri.

**b. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Daya Tanggap**

Hipotesis :

$H_3$  : Faktor daya tanggap mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri.

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$  (uji 1 sisi), dengan df  $(n-k-1) = 44$ . Dengan pengujian 1 sisi, hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,015. Dikarenakan nilai t hitung  $< t$  tabel ( $1,182 < 2,015$ ) maka  $H_3$  ditolak. Faktor daya tanggap tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa faktor daya tanggap tidak selalu mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan /nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri.

**c. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Jaminan**

Hipotesis :

$H_4$  : Faktor jaminan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri.

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$  (uji 1 sisi), dengan df  $(n-k-1) = 44$ . Dengan pengujian 1 sisi, hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,015. Dikarenakan nilai t hitung  $> t$  tabel ( $2,632 > 2,015$ ) maka  $H_4$  diterima. Artinya, secara parsial faktor jaminan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik jaminan pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri, maka faktor kepuasan pelanggan juga semakin tinggi.

**d. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Empati**

Hipotesis :

$H_5$  : Faktor empati mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri.

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$  (uji 1 sisi), dengan df  $(n-k-1) = 44$ . Dengan pengujian 1 sisi, hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,015. Dikarenakan nilai t hitung  $< t$  tabel ( $-0,077 < 2,015$ ) maka  $H_5$  ditolak. Faktor empati tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa faktor empati tidak selalu mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan /nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri.

**e. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Berwujud**

Hipotesis :

$H_6$  : Faktor berwujud mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri.

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$  (uji 1 sisi), dengan df  $(n-k-1) = 44$ . Dengan pengujian 1 sisi, hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,015. Dikarenakan nilai t hitung  $> t$  tabel ( $4,308 > 2,015$ ) maka  $H_6$  diterima. Artinya, secara parsial faktor berwujud berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel berwujud berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik faktor berwujud pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri, maka faktor kepuasan pelanggan juga semakin tinggi.

**4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, maka kesimpulan yang bisa diambil yaitu variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan/nasabah pada layanan Automated Teller Machine (ATM) Bank Mandiri.



Berdasarkan hasil pembahasan dan pengamatan selama penelitian, berikut ini dikemukakan saran-saran bagi para pelaku usaha dan para peneliti yang ingin mengembangkan penelitian sejenis:

- a. Untuk lebih meningkatkan faktor keandalan, pihak bank penyedia layanan *Automated Teller Machine* (ATM) harus meningkatkan layanan jasa ATM seperti memberikan fasilitas pengecekan mutasi rekening supaya dapat mempermudah nasabah-nasabah dalam mengecek uang masuk dan keluar. Selain itu, mesin ATM Bank Mandiri dapat dikembangkan menjadi ATM yang dapat melakukan proses pembukaan rekening tanpa harus pergi ke bank secara langsung.
- b. Untuk lebih meningkatkan faktor daya tanggap, sebaiknya Bank Mandiri menambah jumlah mesin ATM di daerah-daerah yang padat penduduknya yang mudah dijangkau oleh nasabahnya, memutar video singkat yang berisikan langkah-langkah yang harus dilakukan ketika kartu ATM tertelan sehingga konsumen tidak panik dalam menghadapi situasi demikian, menambahkan fitur videocall Mandiri Call (*call center*) untuk memudahkan konsumen berkomunikasi secara langsung dengan *customer service* ketika terjadi kendala dalam penggunaan ATM
- c. Untuk lebih meningkatkan faktor jaminan, sebaiknya Bank Mandiri meningkatkan rasa aman konsumen ketika bertransaksi menggunakan ATM dengan cara menambah dan menugaskan petugas keamanan untuk berjaga-jaga di sekitaran ruang ATM. Petugas keamanan juga seharusnya diberikan pengetahuan yang baik tentang langkah-langkah pencegahan yang harus dilakukan oleh konsumen ketika kartu ATM tertelan karena biasanya ketika kartu ATM tertelan, pihak pertama yang akan dihubungi oleh konsumen adalah petugas keamanan yang berada di pos keamanan.
- d. Untuk lebih meningkatkan faktor empati, sebaiknya Bank Mandiri melalui karyawannya lebih sigap untuk menindaklanjuti keluhan konsumen yang melaporkan kerusakan atau kendala terhadap mesin ATM tertentu. Mesin ATM seharusnya dilakukan perawatan yang optimal sehingga kendala-kendala yang dihadapi konsumen ketika bertransaksi menggunakan ATM dapat dihindari.
- e. Untuk lebih meningkatkan faktor berwujud, sebaiknya Bank Mandiri menambah jumlah mesin ATM terutama mesin ATM multifungsi (CDM-Setor Tarik) di lokasi-lokasi strategis. Selain itu, tombol-tombol mesin ATM yang sudah kurang bagus dan layar sentuh yang sudah kurang sensitif agar segera diperbaiki karena cukup banyak keluhan dari konsumen mengenai tombol mesin ATM yang sudah mulai kurang bagus kondisinya sehingga menyebabkan kesalahan dalam memasukkan PIN ATM yang berakibat pada pemblokiran kartu ATM. Bank Mandiri juga dapat mengganti mesin ATM nya dengan model layar sentuh sehingga meningkatkan kemudahan dan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi.
- f. Untuk penelitian selanjutnya yang sejenis, peneliti dapat menambah jumlah variabel yang akan diteliti serta memperbanyak jumlah responden sesuai karakteristiknya.

## 5. REFERENSI

- Ghozali, Prof. Dr. H. Imam, M.Com, Akt. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2016
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran. Edisi kedua belas jilid 2. PT Indeks. 2007
- Lupiyoadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi 3. Penerbit Salemba Empat. 2016
- Mudrajad Kuncoro, PhD. Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti & Menulis tesis?. Penerbit Erlangga. 2003
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Penerbit Alfabeta. Bandung. 2014.
- [http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/about\\_profile.asp](http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/about_profile.asp)
- <https://www.bankmandiri.co.id/profil-perusahaan>
- <http://www.bankmandiri.co.id/resource/jaringan-atm-result.asp?txtnama2=Semua+Jenis+Mesin&txtnama=Pontianak&xtalamat=&slctcity=Pontiana k&pageno=1>
- <https://www.infoperbankan.com/berita/bank-mandiri-tambah-1-500-atm-tahun-ini-2016.html>