

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BERTRANSAKSI (Studi Kasus Pada Bank Kaltimtar) DI KOTA SAMARINDA**

Veni Sonia<sup>1</sup> Khairil Akbar<sup>2</sup> Catur Kurniawan<sup>3</sup>

*venisonia93@gmail.com*<sup>1</sup> *khairiakbar1960@gmail.com*<sup>2</sup>  
*catur@polnes.ac.id*<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of service quality, perceived benefits and convenience on customer satisfaction in transactions at Bank Kaltimtar. This study uses primary data obtained through distributing questionnaires to Bank Kaltimtar customers measured by a Likert scale. The data analysis techniques used are Validity Test and Reliability Test and Hypothesis testing consisting of Partial Test (t Test), Simultaneous Test (F Test) and Determination Coefficient ( ) using testing tools in the form of IBM SPSS Statistics version 27 data processing program. The type of research is a quantitative research model. The data analysis method uses a multiple linear regression analysis model. The number of research samples is 160 respondents. The results of the study are (1) service quality has an influence on customer satisfaction, (2) perceived benefits have an influence on customer satisfaction, (3) convenience has an influence on customer satisfaction, (4) Simultaneously, the variables of service quality, perceived benefits, and convenience have a significant positive effect on customer satisfaction at Bank Kaltimtar.*

*Keywords: Service Quality, Perceived Benefits, Convenience, Customer Satisfaction*

**PENDAHULUAN**

Di era globalisasi, persaingan usaha semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Perusahaan perlu strategi untuk menghadapi tantangan ini, terutama dalam hal kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik adalah kegiatan yang tidak berwujud dan harus memenuhi harapan konsumen. Sayangnya, kualitas pelayanan di Indonesia sering dianggap buruk, termasuk dalam sektor perbankan, yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimtar) di kota samarinda  
veni sonia,khairil akbar,catur kurniawan

Bank Kaltimara, sebagai Badan Usaha Milik Daerah, berkomitmen menyediakan layanan perbankan berkualitas dengan fokus pada kepuasan nasabah. Keberhasilan operasional perbankan sangat bergantung pada kepuasan nasabah, yang diukur melalui persepsi manfaat, kemudahan bertransaksi, dan kualitas layanan. Kualitas pelayanan meliputi dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, keamanan, dan empati.

Meskipun Bank Kaltimara memiliki aset yang besar dan jaringan luas, hasil wawancara dengan nasabah menunjukkan adanya keluhan terkait waktu tunggu yang lama dan masalah dalam transaksi. Oleh karena itu, peningkatan efisiensi pelayanan menjadi mendesak untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Manfaat, dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi (Studi Kasus Pada Bank Kaltimara) di Kota Samarinda” bertujuan untuk mendalami pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan nasabah.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Bank**

Menurut Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 Ayat 2 tentang Perbankan, bank didefinisikan sebagai entitas bisnis yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum. Menurut Samsu (2016), bank merupakan entitas bisnis yang menjalankan fungsi pengumpulan dana dari masyarakat dan mendistribusikannya kembali kepada individu atau entitas yang membutuhkan dalam bentuk kredit. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa bank berperan penting dalam sistem perbankan dengan fungsi utama mengumpulkan dana dari masyarakat dan mendistribusikannya kembali dalam bentuk kredit atau layanan lainnya.

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimara) di kota samarinda  
veni sonia,khairil akbar,catur kurniawan

### **Asas, Fungsi, dan Tujuan Perbankan Indonesia**

Menurut Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998, asas perbankan Indonesia berasaskan demokrasi ekonomi dengan prinsip kehati-hatian. Fungsi utama perbankan adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Tujuan perbankan adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional untuk peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

### **Jenis Bank**

Menurut Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998, bank dapat dikelompokkan berdasarkan beberapa kriteria. Pertama, dari segi fungsi, terdapat Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah, serta Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) yang melakukan kegiatan usaha tanpa memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kedua, dilihat dari segi kepemilikan, bank terbagi menjadi Bank Milik Pemerintah yang sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah, seperti Bank Mandiri dan Bank Kaltimara; Bank Milik Swasta Nasional yang sahamnya sebagian besar dimiliki oleh swasta nasional, seperti BCA; Bank Milik Koperasi yang kepemilikannya oleh perusahaan berbadan hukum koperasi, seperti Bukopin; Bank Milik Asing yang merupakan cabang dari bank luar negeri, seperti Citibank; dan Bank Milik Campuran yang sahamnya dimiliki oleh pihak asing dan swasta nasional. Ketiga, berdasarkan status, terdapat Bank Devisa yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri dan Bank Non-Devisa yang belum memiliki izin untuk transaksi luar negeri.

### **Konsep Pemasaran**

Menurut Tjiptono (2001), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai. Kegiatan pemasaran sangat penting dalam mencapai tujuan perusahaan.

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimara) di kota samarinda  
veni sonia,khairil akbar,catur kurniawan

### **Pelanggan**

Menurut Philip Kotler (2001), pelanggan adalah individu atau kelompok yang membeli produk atau jasa berdasarkan pertimbangan manfaat dan harga. Pelanggan yang melakukan pembelian berulang dapat dikategorikan sebagai pelanggan. Kepuasan Pelanggan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Bachtiar, 2011), kepuasan pelanggan adalah perasaan positif yang dimiliki pelanggan tentang produk atau layanan selama atau setelah menggunakan layanan atau produk. Meningkatkan kepuasan pelanggan adalah tujuan utama perusahaan, terutama di sektor perbankan, yang dipengaruhi oleh kualitas layanan.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut (Sabir *et al.*, 2014), kualitas pelayanan berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan mencerminkan tindakan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Terdapat lima indikator kualitas layanan: Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati.

### **Persepsi Manfaat**

Menurut (Yaufi Andriyano & Diana Rahmawati, 2016), persepsi manfaat adalah pemikiran tentang bagaimana teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat bagi penggunanya. Terdapat lima indikator persepsi manfaat yang mencakup peningkatan kinerja, produktivitas, efektivitas, efisiensi, dan manfaat bagi individu.

### **Kemudahan**

Menurut Kotler (1980), kemudahan adalah keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan di mana seseorang percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Terdapat tiga indikator kemudahan: Mudah dipelajari, Fleksibel, dan Mudah digunakan, yang semuanya berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan loyalitas.

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimara) di kota samarinda  
veni sonia, khairil akbar, catur kurniawan

### Hipotesis

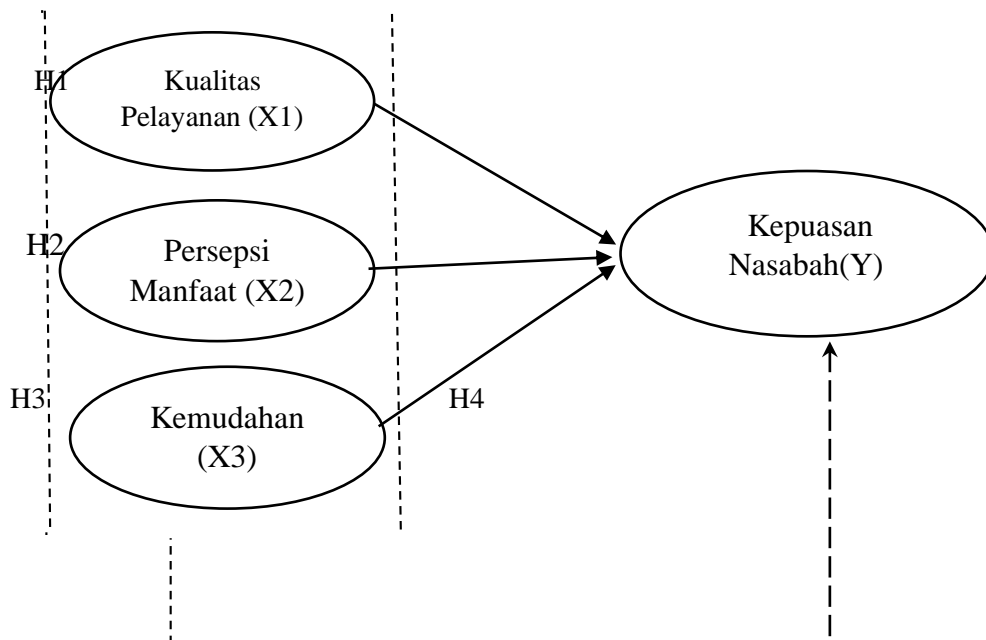
H1: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H2: Diduga persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H3: Diduga kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H4: Diduga kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### Model Penelitian



**Gambar 1 Model Penelitian**

Keterangan:

- ▼ = Pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara parsial.
- ▼ = pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan.

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimta) di kota samarinda  
veni sonia, khairil akbar, catur kurniawan

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Jenis dan Sumber data**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif untuk menguji teori-teori dengan meneliti hubungan antar variabel, di mana data yang diukur berupa angka dari jawaban responden dalam kuesioner (Creswell, 2013). Data primer diperoleh langsung dari nasabah Bank Kaltimara melalui penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diambil dari buku, jurnal, dan artikel online yang relevan (Indrawan, Asep, 2017).

### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah yang mengunjungi Bank Kaltimara, meski data jumlah nasabah tidak dapat diberikan karena privasi. Sebagai alternatif, peneliti menggunakan sampel yang representatif dengan jumlah 160 responden, berdasarkan jumlah indikator yang digunakan (Hair *et al.*, 2014).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data meliputi kuesioner, di mana responden menjawab pertanyaan yang disusun menggunakan skala Likert, dan observasi untuk mengamati tingkat kepuasan nasabah di Bank Kaltimara (Sugiyono, 2013).

### **Uji Instrumen Penelitian**

#### **Uji Validitas**

Uji validitas mengukur kevalidan instrumen penelitian dengan bantuan program SPSS, di mana nilai validitas  $< 0,5$  menunjukkan validitas yang baik (Sugiyono, 2020)

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas memastikan konsistensi jawaban responden, dan instrumen dianggap reliabel jika nilai Alpha Cronbach  $> 0,6$  (Sahir, 2022)

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimara) di kota samarinda  
veni sonia,khairil akbar,catur kurniawan

### Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat (Ghozali, 2018)

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis mencakup uji parsial (uji T) untuk menguji pengaruh individual variabel, uji simultan (uji F) untuk pengaruh keseluruhan variabel, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur kemampuan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh tiap variabel individual terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut: jika nilai sig < 0,05 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka terdapat pengaruh signifikan; sebaliknya, jika nilai sig > 0,05 atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh signifikan

**Tabel 1 Uji Parsial**

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	,921	1,207		,763	,447
	Kualitas Pelayanan (X1)	,114	,034	,206	3,332	,001
	Persepsi Manfaat (X2)	,342	,078	,322	4,377	<,001
	Kemudahan (X3)	,611	,108	,108	5,637	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimtera) di kota samarinda  
veni sonia,khairil akbar,catur kurniawan

Sumber Data: *Output SPSS 27, data diolah 2025*

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas pelayanan (X1), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,332 dan nilai sig 0,001, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Untuk variabel persepsi manfaat (X2), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,377 dan nilai sig < 0,001, juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Begitu pula untuk variabel kemudahan (X3), dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,637 dan nilai sig < 0,001, yang berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi 0,05.

**Tabel 2 Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1192,059	3	397.353	80,742	< ,001 <sup>b</sup>
	Residual	767.716	156	4,921		
	Total	1959.775	159			
a. Dependent Variabel: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Manfaat						

Sumber Data: *Output SPSS 27, data diolah 2025*

Hasil menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 80,742 dengan nilai sig < 0,001. Nilai  $F_{tabel}$  yang diperoleh sebesar 2,66, sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yang membuktikan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimara) di kota samarinda  
veni sonia, khairil akbar, catur kurniawan

**Tabel 3 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>				
Mode 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780 <sup>a</sup>	,608	,601	2,218
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				
b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Manfaat				

Sumber Data: *Output SPSS 27, data diolah 2025*

Nilai R sebesar 0,780 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel dependen dan independen. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,601 menunjukkan bahwa 60,1% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan, sedangkan 39,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil uji T yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap layanan yang mereka terima. Jika kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah kurang baik, maka tingkat kepuasan mereka akan menurun.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Aliyah, Utami dan Irda, 2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### 2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil uji T yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah terhadap manfaat yang diperoleh dari layanan,

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimtar) di kota samarinda  
veni sonia,khairil akbar,catur kurniawan

semakin tinggi pula kepuasan mereka. Jika nasabah merasa manfaat yang mereka terima dari layanan kurang memadai, maka tingkat kepuasan mereka akan berkurang.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Ula, (2021) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### 3. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil uji T yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah akses yang diberikan kepada nasabah, semakin tinggi pula kepuasan mereka terhadap layanan. Jika nasabah mengalami kesulitan dalam mengakses layanan, maka tingkat kepuasan mereka akan menurun.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Amalia dan Hastriana (2022) yang menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### 4. Pengaruh Secara simultan Kualitas Pelayanan, Persepsi Manfaat, dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan, Persepsi Manfaat, dan Kemudahan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Katimtar. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari gabungan beberapa faktor yang saling berkaitan.

## **KESIMPULAN**

Setelah dilakukan penelitian dan analisis oleh peneliti terhadap pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Manfaat, dan Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus di Bank Katimtar), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimtar) di kota samarinda  
veni sonia,khairil akbar,catur kurniawan

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.
2. Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.
3. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima.
4. Kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Aliyah, F., Utami, W. and Irda, I. (2021) 'Kualitas Layanan Elektronik, Harga Dan Persepsi Manfaat Fitur Go-Pay Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Padang', *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), pp. 48–56. Available at: <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18342>.

Amalia, P. and Hastriana, A.Z. (2022) 'Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)', *Islamic Sciences, Sumenep*, 1, pp. 70–89.

Bachtiar, D. (2011) 'Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo', *Dinamika Sosial Ekonomi*, 7, pp. 102–112.

Creswell, J.W. (2013) *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Jakarta Selatan: Pustaka Pelajar. Available at: [http://perpus.trilogi.ac.id/slims/index.php?p=show\\_detail&id=10188](http://perpus.trilogi.ac.id/slims/index.php?p=show_detail&id=10188).

Ghozali (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimara) di kota samarinda  
veni sonia,khairil akbar,catur kurniawan

Tangerang. Universitas Diponegoro. Available at:  
[http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show\\_detail&id=19545%0Ahttp://slims.umn.ac.id//lib/phpthumb/phpThumb.php?src=../images/docs/Aplikasi\\_Analisis\\_Multivariete\\_Dengan\\_Program\\_IBM\\_SPSS\\_23\\_\\_E.jpg.jpg](http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show_detail&id=19545%0Ahttp://slims.umn.ac.id//lib/phpthumb/phpThumb.php?src=../images/docs/Aplikasi_Analisis_Multivariete_Dengan_Program_IBM_SPSS_23__E.jpg.jpg).

Hair, J.F. *et al.* (2014) 'Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research', *European Business Review*, 26(2), pp. 106–121. Available at: <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>.

Indrawan, Asep, and Y. (2017) *Metodologi Penelitian: Kuantitatif dan Kualitatif. Pustaka Cendekia*.

Kementerian Keuangan (1998) 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan', *Lembaran Negara Republik Indonesia*, p. pasal 1 ayat 2. Available at: <http://www.bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf>.

Philip Kotler, G.A. (2001) *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Edisi Kedelapan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Philip Kotler, G.A. (2010) *Principles of Marketing*. berilustrasi. Pearson.

Sabir, R.I. *et al.* (2014) 'Factors Affecting Customers Satisfaction in Restaurants Industry in Pakistan', *International Review of Management and Business Research*, 3(2), pp. 869–876.

Sahir (2022) 'Metodologi Penelitian'.

Samsu, L. (2016) 'Bedah Ulang Perbankan Konvensional Versus Perbankan Syariah'ah dalam Realitas Sosiologis', *Tahkim: Jurnal Hukum Dan Syariah*, 12(1), pp. 18–34.

pengaruh kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi (studi kasus pada bank kaltimtera) di kota samarinda  
veni sonia,khairil akbar,catur kurniawan

Sugiyono (2013) *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Sugiyono (2020) 'Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In Penerbit Alfabeta'.

Tjiptono (2001) *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Ula, N.S. (2021) 'Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Ovo', *Jurnal Manajemen*, 11(1), pp. 54–63. Available at: <https://doi.org/10.26460/jm.v11i1.2168>.

Yaufi Andriyano & Diana Rahmawati (2016) 'Kebermanfaatan , Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa', *Jurnal Profita*, (1), p. 16.