

ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK PRODUK DAN KINERJA LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MENJADI ANGGOTA PADA *CREDIT UNION* SEMANDANG JAYA DI BALAI SEMANDANG KECAMATAN SIMPANG HULU KABUPATEN KETAPANG

Ignatia Kristianti Saputri

Email: ignatia.kristy96@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari daya tarik produk dan kinerja layanan terhadap keputusan untuk menjadi anggota pada *Credit Union* Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, studi dokumentasi dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 100 anggota CU sebagai responden untuk mengisi kuesioner. Data yang didapatkan oleh penelitian ini lalu diproses dengan menggunakan program *SPSS* versi 22.00 (*Statistical Package For Social Sciences*) pada computer dengan pengujian validitas, reliabilitas, linear berganda, asumsi klasik, analisis korelasi, koefisien determinasi (R^2), uji t dan uji F dengan bantuan tabel *ANOVA*. Tingkat kesalahan pada peneliti ini adalah 5,00 persen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh daya tarik produk dan kinerja layanan sangat signifikan terhadap keputusan menjadi anggota.

KATA KUNCI: Daya Tarik Produk, Kinerja Layanan, Keputusan Menjadi Anggota

PENDAHULUAN

Pada saat ini bisnis yang bergerak pada sektor keuangan semakin berkembang pesat di Indonesia, salah satu diantaranya lembaga keuangan yang berperan penting bagi masyarakat yaitu *Credit Union* (CU). *Credit Union* adalah kumpulan orang-orang yang saling percaya dan memiliki tujuan bersama, yang bersepakat menabung uang mereka sehingga menciptakan modal bersama guna dipinjamkan diantara sesama mereka dengan bunga yang layak untuk tujuan produktif dan kesejahteraan.

Banyak upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengatasi berbagai perubahan yang terjadi di masyarakat, yang paling penting adalah berkaitan dengan usaha yang tujuannya menumbuhkan perekonomian supaya dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, perusahaan berusaha meningkatkan daya tarik produk secara optimal dan mengarah pada profitabilitas.

Dalam suatu perusahaan daya tarik produk merupakan salah satu faktor yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mengembangkan perusahaan, yang dimana para

konsumen dapat memutuskan untuk bergabung atau tidaknya dalam perusahaan tersebut, segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh para perusahaan dan pembisnis untuk mengembangkan usaha mereka. Kualitas produk yang terjamin kepastiannya yang dapat menarik perhatian para calon anggota. Yang di mana manusia tidak pernah akan puas dengan apa yang sudah ada mereka selalu ingin perubahan dalam hidup mereka. Untuk memenuhi akan keinginan para anggota tersebut *Credit Union* Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang membuat inovasi akan peroduk-produk yang mereka keluarkan, agar para anggota loyal terhadap mereka. Jadi untuk dapat menghadapi persaingan yang ketat antara perusahaan yang lainnya kita harus memiliki kualitas produk yang menarik, tidak hanya kualitas yang menarik kita juga harus menjamin kepastian tabungan para anggota, vasilitas yang memadai juga dapat menunjang perusahaan kita di mata para anggota.

Selain daya tarik produk, hal yang harus diperhatikan ialah kinerja layanan. Kinerja layanan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi minat anggota atau calon anggota untuk bergabung menjadi anggota. Perusahaan diharapkan untuk semakin meningkatkan *service performance* (kinerja pelayanan) untuk dapat menghadapi persaingan, maka hendaknya pihak perusahaan memberikan suatu pelayanan yang sebaik-baiknya kepada anggota yang memerlukan jasa-jasa perusahaan. Hal ini dimaksudkan untuk memelihara kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan memberikan dampak positif, dengan kinerja layanan yang baik akan memudahkan calon anggota untuk berminat menjadi anggota pada *Credit Union* Semandang Jaya.

Credit Union (CU) Semandang Jaya merupakan salah satu *Credit Union* terkemuka di Kalimantan Barat yang memiliki dan selalu menyempurnakan produk-produk unggul, menghadirkan jasa, fasilitas dan layanan kualitas agar dapat menjadi pilihan utama anggota dan menyediakan berbagai jenis produk tabungan, deposito, pinjaman, investasi serta memberikan kepuasan dan pelayanan kepada anggotanya agar anggotanya lebih loyal, menempatkan anggota sebagai perhatian utama, selain itu juga selalu memperhatikan upaya pemenuhan segala kebutuhan dan kepuasan anggota di atas segala-galanya sehingga mampu menarik minat masyarakat untuk menyimpan dananya di *Credit Union* Semandang Jaya yang berlokasi di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang.

KAJIAN TEORITIS

Daya Tarik Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Prinsip-prinsip daya tarik produk merupakan gambaran dari mutu suatu produk (Tjiptono, 2015: 231). Dapat dikatakan jika suatu mutu suatu produk itu jelas maka daya tarik suatu produk tersebut juga jelas, hal ini dikarenakan daya tarik produk sesuatu yang sangat penting dalam suatu produk (Ferdinand, 2014: 12)

Daya tarik produk merupakan salah satu faktor yang diterapkan dalam inovasi sebuah produk. Konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan atau kualitasnya agar bisa dapat, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau di konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Daya tarik produk berupa kualitas produk, reliabelitas, fitur kinerja khusus, kemampuan memenuhi spesifikasi pelanggan individual, kompatibilitas dengan produk dan sistem yang sudah ada (Tjiptono, 2012: 407). Daya tarik produk dapat diartikan sebagai pertanda bahwa pelanggan akan lebih tertarik, membeli lebih banyak lagi dan promosi gratis bagi perusahaan. Oleh karena itu daya tarik produk merupakan salah satu faktor kunci sukses. Bagi banyak perusahaan kegagalan dalam meningkatkan kualitas merupakan persoalan hidup dan mati bagi perusahaan tersebut (Melodie dan Kim, 2012: 95).

Kinerja Layanan

Kinerja merupakan hasil kinerja dari sebuah pelayanan yang diterima oleh seorang konsumen itu sendiri dan menilai sebuah layanan itu sendiri dari apa yang mereka alami. (Pambudi, 2015: 72). Dengan menerapkan kinerja layanan yang baik, maka anggota atau calon anggota akan merasa nyaman dan senang dengan pelayanan yang diberikan. Kinerja layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan tersendiri bagi anggota atau calon anggota yang merasakannya. Pelayanan (*service*) sebagai suatu aktivitas atau rangkaian aktivitas, terjadi interaksi dengan seseorang atau mesin secara fisik dan penyediaan kepuasan pelanggan. Pelayanan adalah sesuatu yang bersifat *intangibile*, yang dibayar langsung atau tidak langsung dan biasanya meliputi komponen fisik besar atau kecil atau teknikal. (Bambang Sancoko, 2010: 44).

“Konsep orientasi layanan (*service orientation*) erat kaitannya dengan konsep orientasi pasar (*market orientation*). Bila orientasi layanan lebih menekankan aspek praktik, kebijakan, dan prosedur layanan sebuah organisasi, orientasi pasar lebih berfokus pada penyelarasan antara kapabilitas unik organisasi dan kebutuhan pelanggan dalam rangka mencapai tujuan kinerja bisnis” (Tjiptono, 2011: 61).

Kinerja pegawai dipengaruhi oleh banyak faktor. Kepuasan kerja dan disiplin kerja diduga menjadi dua faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai. Siagian (2014: 24) “Kinerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kompensasi, pelatihan karyawan, lingkungan kerja, budaya kerja, kepemimpinan, motivasi, disiplin, kepuasan kerja.

Berdasarkan pengertian kinerja dari beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat ditafsirkan bahwa kinerja karyawan erat kaitannya dengan hasil pekerjaan seseorang dalam suatu organisasi, hasil pekerjaan tersebut dapat menyangkut kualitas, kuantitas dan ketepatan waktu.

Menurut Tjiptono (2012: 199-201), lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kinerja layanan, yaitu:

1. Kesopanan, yakni meliputi sikap santun, respek dan keramahan para karyawan kontak (seperti *respsionis*, *operator telepon*, *bell person*, *teller bank* dan sebagainya).
2. Daya tanggap, yakni kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu dan melayani para pelanggan dengan segera.
3. Kompetensi, yakni penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat melayani sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
4. Bukti fisik, yakni meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan seperti kartu anggota, kop surat dan lain-lain.
5. Komunikasi, yakni menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Termasuk di dalamnya adalah penjelasan mengenai jasa pelayanan yang ditawarkan, biaya layanan, *trade off* antara layanan dan biaya, serta proses penanganan masalah potensial yang mungkin timbul.”

Keputusan Menjadi Anggota

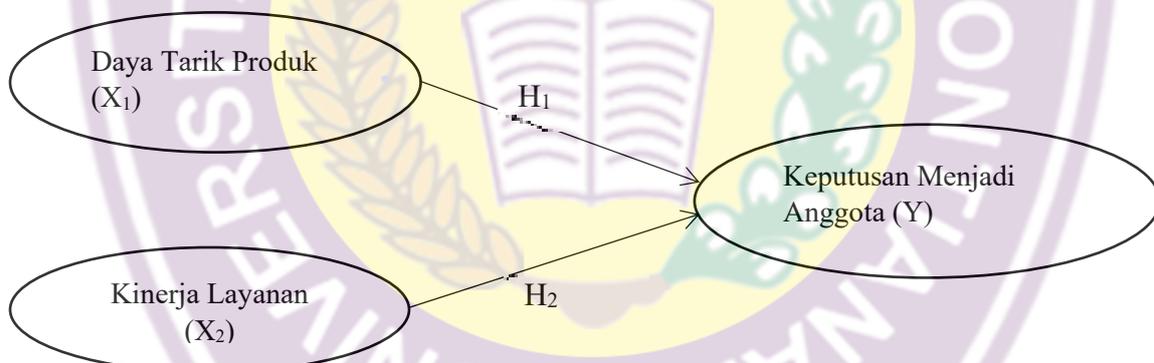
Pengambilan keputusan merupakan keputusan yang dilakukan oleh manajer pemasaran yang akan selalu berada dalam suatu lingkungan yang kompleks dan penuh dengan ketidakpastian dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Para pemasar harus mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan pembelian, jenis keputusan

pembelian, dan langkah-langkah dalam proses pembelian (Thamrin Abdullah et al, 2018: 123). Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternative, membuat keputusan, dan perilaku pasca pembelian atau pengguna.

Keputusan menjadi anggota dapat diidentifikasi melalui indicator-indikator menurut Muhammad Aries Sunarti et al. (2018), sebagai berikut :

1. Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat Refensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
3. Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat dari produk tersebut

**GAMBAR 1
KERANGKA PEMIKIRAN**



Sumber: Data olahan, 2020

HIPOTESIS

H₁: Terdapat pengaruh positif antara daya tarik produk terhadap keputusan menjadi anggota pada CU Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang.

Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh Yuniar Anggita Putri yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Produk, *word of mouth* dan Citra Merek terhadap Minat Menjadi Nasabah”. Menyatakan bahwa daya tarik produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota.

H₂: Terdapat pengaruh positif antara kinerja layanan terhadap keputusan menjadi anggota pada CU Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang.

Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh Ida Aju Brahma Ratih yang berjudul “Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan dan Sumber Daya Manusia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan dan Keputusan Pelanggan”. Menyatakan bahwa kinerja layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah desain penelitian kausalitas. Desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariabel. (Ferdinand, 2014:7). Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui pengaruh hubungan kasual antara variabel bebas yaitu daya tarik produk dan kinerja layanan terhadap variabel terikat yaitu keputusan menjadi anggota. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan metode kuesioner dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk diisi dan selanjutnya diolah oleh penulis. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota *Credit Union* Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang. Metode penarikan sampel dengan metode *purposive sampling*. Pada penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden yang menjadi anggota pada *Credit Union* Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang.

PEMBAHASAN

Dalam bagian pembahasan akan dipaparkan mengenai hasil penelitian menggunakan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini akan dipaparkan hasil uji dari analisis pengaruh variabel daya tarik produk dan kinerja layanan terhadap keputusan menjadi anggota pada *Credit Union* Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang.

TABEL 1
HASIL INDEKS JAWABAN RESPONDEN

No.	Indikator	Hasil Indeks
Daya Tarik Produk (X₁)		
1.	Kualitas produk	82,20
2.	Reliabilitas produk	80,90
3.	Fitur teknis	83,60
4.	Kemampuan memenuhi	85,80
5.	Spesifikasi pelanggan	83,00
Jumlah		415,50
Rata-Rata		83,10%
Kesimpulan : Berdasarkan hasil jawaban responden dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban yang setuju pada variabel daya tarik produk dengan indeks rata-rata 83,10 persen.		
Kinerja Layanan (X₂)		
1.	Kesopanan	81,00
2.	Daya tarnggap	82,60
3.	Kompetensi	81,90
4.	Bukti fisik	83,30
5.	Komunikasi	85,80
Jumlah		414,60
Rata-Rata		83,34%
Kesimpulan : Berdasarkan hasil jawaban responden dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban yang setuju pada variabel kinerja layanan dengan indeks rata-rata 83,34 persen.		
Keputusan Menjadi Anggota (Y)		
1.	Minat Transaksional	84,30
2.	Minat Preferensial	78,90
3.	Minat Referensial	81,40
4.	Minat Eksploratif	82,40
Jumlah		327,00
Rata-Rata		81,88%
Kesimpulan : Berdasarkan hasil jawaban responden dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban yang setuju pada keputusan menjadi anggota dengan indeks rata-rata 81,88 persen.		

Sumber: Data Olahan, 2020

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui konsisten alat ukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha*. Dalam penelitian ini jika nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60 maka dapat dikatakan variabel tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas pada variabel daya tarik produk dan kinerja layanan terhadap keputusan menjadi anggota dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

TABEL 2
HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Koefisien	
	Alpha Cronbach	Keterangan
Daya Tarik Produk	0,613	Reliabel
Kinerja Layanan	0,668	Reliabel
Keputusan Menjadi Anggota	0,718	Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan pada hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien *Cronbach's Alpha* yang lebih dari 0,60 sehingga uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel dan dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan dari uji koefisien regresi secara simultan (Uji-F). berikut dapat dilihat hasil pengujian uji F dengan menggunakan SPSS 22 pada Tabel 3 berikut ini:

TABEL 3
HASIL PENGUJIAN UJI F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	318.063	2	159.031	20.549	.000 ^b
Residual	750.687	97	7.739		
Total	1068.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Anggota

b. Predictors: (Constant), Kinerja Layanan, Daya Tarik Produk

Sumber: Output SPSS versi 22: Regression ANOVA

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil dari uji F test didapat F hitung sebesar 20,549 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dari uji tersebut dapat diketahui bahwa variabel daya tarik produk (X_1) dan variabel kinerja layanan (X_2) merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pada *Credit Union Semandang Jaya* di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang.

Uji t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung. Dilakukannya uji t Sig untuk mengetahui apakah setiap variabel

independen yang digunakan dalam penelitian memiliki pengaruh secara individual terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan $\alpha=0,05$ atau 5%, berikut merupakan rekapitulasi hasil dari uji t sig yang olah dengan menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 22* , yang dapat dilihat pada Tabel 4:

TABEL 4
HASIL UJI t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.069	3.705		2.447	.016
Daya Tarik Produk	.320	.094	.338	3.388	.001
Kinerja Layanan	.250	.087	.286	2.869	.005

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Anggota

Sumber: Hasil Output SPSS22, 2020

Dari tabel di atas dapat disimpulkan pengujian variabel daya tarik produk dan kinerja layanan terhadap keputusan menjadi anggota pada *Credit Union Semandang Jaya* di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang sebagai berikut:

1. Analisis Pengujian Hipotesis Daya Tarik Produk Terhadap Keputusan Menjadi Anggota

Hasil pengujian terhadap variabel daya tarik produk menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh pada uji t yaitu 3,388 dan t_{tabel} 1,966 sehingga t_{hitung} yang didapat lebih besar dari pada t_{tabel} $1,966 < 0,038$ sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel daya tarik produk memiliki pengaruh signifikan atau berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan menjadi anggota pada *Credit Union Semandang Jaya* di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang.

2. Analisis Pengujian Hipotesis Kinerja Layanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota

Hasil pengujian terhadap variabel kinerja layanan menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh pada uji t yaitu 2,869 dan t_{tabel} 1,966 sehingga t_{hitung} yang didapat lebih besar dari pada t_{tabel} $1,966 < 2,869$ sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kinerja layanan memiliki pengaruh signifikan atau berpengaruh positif terhadap variabel dependen keputusan menjadi anggota pada *Credit Union Semandang Jaya* di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang.

PENUTUP

1. Berdasarkan pada pengujian yang telah dilakukan mendapatkan kesimpulan bahwa variabel daya tarik produk secara signifikan dalam mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada *Credit Union* Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang. Berikut variabel yang dipergunakan dalam variabel daya tarik produk nilai yang meliputi indikator kualitas produk, reliabilitas produk, fitur teknis, kemampuan memenuhi dan spesifikasi pelanggan.
2. Variabel kinerja layanan mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada *Credit Union* Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang. Hal ini berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan mendapat kesimpulan bahwa variabel kinerja layanan secara signifikan dalam mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada *Credit Union* Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang. Berikut variabel kinerja layanan yang meliputi indikator kesopanan, daya tanggap, kompetensi, bukti fisik dan komunikasi.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel daya tarik produk dan kinerja layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi anggota karena dapat menarik anggota untuk memutuskan menjadi anggota di *Credit Union* Semandang Jaya di Balai Semandang Kecamatan Simpang Hulu Kabupaten Ketapang.

DAFTAR PUSTAKA

- Chang, William. 2014. *Metodologi Penulisan Ilmiah*. Jakarta: Erlangga.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Diponegoro: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Edisi kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Naeshela, Feny. 2016. "Peranan Koperasi Simpan Pinjam Credit Union (CU) Femung Pebaya Cabang Mentarang di Kecamatan Mentarang Kabupaten Malinau". ISSN 2337-8670, hal.157.
- Rivai, Veithzal. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktek*. Bandung: Rajagrafindo persada.

- Putri, Yuniar Anggita, Ibnu Widiyanto, and Sri Rahayu. "Pengaruh Daya Tarik Produk, Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Menjadi Nasabah Kredit Mikro". Diss. Diponegoro University, 2013.
- Ratih, Ida Aju Brahma. "Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan dan Sumber Daya Manusia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan PT Asuransi Jiwasraya". *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 13. 2: 176-198, 2009.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siagian, Sondang. P. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*, Edisi 1. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sunarti, Aies Muhammad et al. 2018. "Pengaruh Word Of Mouth terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 60, No. 3, Juli
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan Pendoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2012. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Universitas Widya Dharma Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi*, Edisi Revisi Kesembilan. Pontianak: STIE Widya Dharma.