PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KERELASIAN NASABAH TERHADAP CITRA PT. BANK NEGARA INDONESIA KOTA JAMBI

Hapzi Ali[1]

ABSTRACT

Today, banks are facing tight competition. All banks put customer's satisfaction as their priority of service. PT. BNI 46 of Jambi city is no exception. It is found out that there is a tendicy for BNI 46 Jambi to decrease its market share. This indicates that this bank among customers has relatively bad image. As a result, customers are reluctant to reccomend this bank to their friends. It is believe that the bad images is caused by the fact that BNI 46 Jambi is reluctant ti build good relation with customer. This research find out out that the good relation and services quality simultans taneously affect the images of BNI 46 of Jambi city. Partially, good relation dominantly affect the images and service quality does not have any affect.

PENDAHULUAN

Kondisi lingkungan bisnis saat ini yang cenderung terus berubah disertai dengan tingkat persaingan yang semakin tajam (*hypercompetitive*), setiap organisasi perusahaan, apapun bentuk dan jenisnya, serta siapapun pemiliknya akan dihadapkan pada permasalahan yang sama, yaitu masalah bagaimana mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan secara berkesinambungan pada situasi yang dihadapi. Dalam jangka panjang, masalah kelangsungan hidup perusahaan ditentukan oleh dua hal pokok, yaitu tingkat adaptabilitas dan kemampuan berkembang. Sedangkan dalam jangka pendek, kedua hal tersebut pada dasarnya akan ditentukan oleh tingkat profitabilitas yang dapat dicapai perusahaan. Dengan demikian masalah kelangsungan hidup perusahaan pada akhirnya akan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memperoleh tingkat profitabilitas yang layak secara berkesinambungan.

Bank sebagai institusi bisnis yang nyata hidup, tidak dapat melepaskan diri dari masalah tersebut. Apalagi bila dikaitkan dengan peran yang diemban perbankan dalam konteks kegiatan perekonomian. Pada dinamika kegiatan suatu perekonomian, eksistensi sektor perbankan memiliki peran yang sangat vital dan strategis. Dalam konteks ini, peran utama perbankan bertindak sebagai lembaga intermediasi yang menjembatani antara pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak yang mengalami kekurangan serta membutuhkan dana (Shanmugan, dan Hempel, 1992).

Sejak krisis ekonomi terjadi pada tahun 1997 telah terjadi pergeseran konsentrasi bisnis perbankan. Sebelum krisis ekonomi tersebut bank-bank yang memiliki *asset* besar lebih memfokuskan untuk melayani nasabah-nasabah korporasi, namun pada saat ini pelaku di industri perbankan lebih fokus untuk melayani nasabah-nasabah *retail*.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka sangat menarik untuk diungkapkan dalam suatu penelitian, sejauh mana kualitas pelayanan jasa bank dan kerelasian nasabah dapat memberikan pengaruh terhadap citra BNI 46 Kota Jambi, sehingga melalui penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan sekaligus dapat menjadi temuan dilapangan yang dijadikan dasar bagi perusahaan dalam rangka meningkatkan *citra/image* perusahaan di masa yang akan datang, selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini secara akademis dapat memberikan sumbangan bagi upaya pengembangan dan peningkatan kebijakan program kualitas pelayanan dan merancang strategi kerelasian nasabah.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survey, dimana informasi responden (para nasabah) ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek penelitian.

[1] Dosen Tetap Fak. Ekonomi Universitas Batanghari

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui kualitas pelayanan PT. BNI Kota Jambi
2. Mengetahui kerelasian nasabah yang dilakukan PT. BNI Kota Jambi.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kerelasian nasabah secara bersama-sama terhadap citra PT. BNI Kota Jambi.

Dalam mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, setiap perusahaan seperti halnya jasa perbankan senantiasa harus berusaha untuk memiliki "*competitive advantage*" (keunggulan untuk memenangkan persaingan). Dalam hal ini dapat berupa keunggulan dalam program kualitas pelayanan dan kerjasama nasabah dengan tujuan akhir untuk menciptakan citra perusahaan

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Betteson (1995:576) dan dalam Lovelock (1996:464-465), ada lima unsur yang menentukan kualitas pelayanan yaitu : *tangible, empathy, resposiveness, reliabilty, assurance*. Kualitas pelayanan dapat meningkatkan citra perusahaan.

Demikian juga konsep kerelasian nasabah adalah metode-metode untuk memelihara kepuasan nasabah agar terjadi hubungan dengan nasabah yang berkesinambungan. Kenna & Assael (2000:132) mengungkapkan adanya lima prinsip dalam penerapan pemasaran hubungan nasabah yaitu :

1) Menempatkan pasar sebagai kiblat dari organisasi pemasaran.
2) Pemasaran adalah penciptaan pasar (*market creation*) dan bukan *market share*.
3) Pemasaran adalah persoalan proses dan bukan taktik promosi.
4) Pemasaran adalah *kualitatif* dan bukan *kuantitatif*.
5) Pemasaran adalah tugas atau pekerjaan setiap orang.

Kerelasian nasabah memiliki dua unsur penting, yaitu kepercayaan dan komitmen. Kerelasian nasabah akan menciptakan kepercayaan dan komitmen nasabah, sehingga akhirnya citra perusahaan akan terbangun. Seperti yang dikemukakan Kenna & Assael (2000 ; 162) yaitu :*" An Image is a total perception of the subject that this formed by processing information from various sources over time".* Citra merupakan keseluruhan dari persepsi seseorang terhadap satu hal yang dibentuk melalui proses informasi yang diperoleh dari berbagai sumber.

Flavian, Torres, dan Guinaliu (2004 ; 384) dalam penelitiannya mengenai pengukuran citra perbankan dihasilkan empat elemen yang dapat membentuk cirtra perbankan, yaitu *access to services, service offered, personal contact, security* dan *reputation*, yang akan digunakan pada penelitian ini.

Akses pada pelayanan terdiri dari indikator kemudahan dalam menggunakan layanan, ketepatan waktu transaksi, kenyamanan pelayanan, jadwal operasional bank, dan kemungkinan untuk mengajukan keluhan/ protes (Alonso and Cruz, (1991), Flavian, Torres, dan Guinaliu (2004 ; 384).

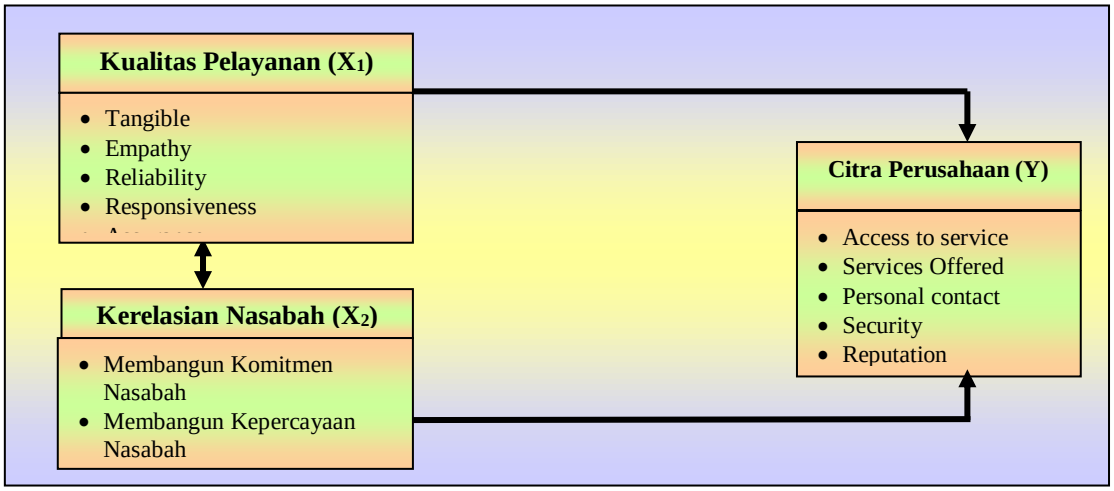
Jasa yang ditawarkan terdiri dari indikator ketersediaan jumlah produk dan jasa, daya tarik produk dan jasa yang ditawarkan, ketertarikan produk tabungan, ketertarikan pembayaran pinjaman, dan pembayaran biaya pelayana (Flavian, Torres, dan Guinaliu (2004 ; 384).

Kontak pegawai terdiri dari indikator kebersahabatan pegawai, perhatian individual, kontak pribadi, bantuan konsultasi keuangan, kemudahan untuk konsultasi. Flavian, Torres, dan Guinaliu (2004 ; 384).

Keamanan terdiri dari indikator keamanan dalam transaksi, keamanan dalam menyimpan uang, keamanan dalam data Flavian, Torres, dan Guinaliu (2004 ; 384).

Reputasi perusahaan terdiri dari indikator kepercayaan janji perbankan, reputasi jasa yang ditawarkan, kepercayaan pada bank yang dipilih melebihi institusi lainnya. Flavian, Torres, dan Guinaliu (2004 ; 384).

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka paradigma penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.7. Kerangka Penelitian

HIPOTESIS

Hipotesisnya adalah : Kualitas pelayanan dan kerelasian nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap citra PT. BNI Kota Jambi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif survey yang dibangun berdasarkan penelitian deskriptif dan metode eksplanatori survey yang dibangun berdasarkan penelitian verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran perusahaan dari ciri-ciri variabel (kualitas pelayanan dan kerelasian nasabah) pada BNI 46. Sedangkan penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, adapun semua item dalam perumusan masalah menggunakan metode verifikatif, namun pada pembahasannya tetap harus menggambarkan ciri-ciri variabelnya (deskriptif). Dilihat dari jangka waktu pengumpulan data (*time horizon*) penelitian ini bersifat *cross sectional* yaitu pengambilan data secara langsung, artinya informasi dari sebagian populasi yang menjadi sampel dari penelitian ini diambil secara langsung pada satu waktu pada tahun 2008.

Dengan mengacu pada penelitian yang sudah ada untuk memperoleh parameter ρ di mana penelitian dengan topik yang sama pernah dilakukan, maka diperoleh ρ (koefisien korelasi terkecil) = 0,222. Sehingga dengan $\alpha = 0,05$ dan $\beta = 0,10$ maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal 109,42 = 110 Nasabah (pembulatan ke atas) yang sudah dianggap mewakili populasi sehingga penelitian dari sampel dapat menggambarkan karakteristik populasi.

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisa adalah variabel independen (variabel X1 dan X2) sedangkan variabel dependen (variabel Y). Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kerelasian nasabah terhadap Citra BNI 46. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan melalui perhitungan regresi dan korelasi untuk kedua variabel. Pengujian yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen X1 dan X2 terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung.

Hipotesis yang diajukan adalah: Kualitas pelayanan dan kerelasian nasabah berpengaruh terhadap citra BNI 46. Jika hipotesis penelitian tersebut dinyatakan ke dalam hipotesis statistik adalah:

H_0 : $P_{YXi} = 0$, i = 1,2

H_1 : $P_{YXi} \neq 0$, i = 1,2

Hipotesis yang diajukan, sebagai jawaban sementara yang digambarkan secara struktural melalui sebuah paradigma, yang secara diagramatik menggambarkan hubu-

ngan antar variabel. Dalam diagram tersebut Kualitas pelayanan (X1) dan Kerelasian Nasabah (X2) mempengaruhi Citra BNI 46 (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan Bank BNI Kota Jambi

Kualitas pelayanan Bank BNI Kota Jambi apabila dilihat berdasarkan analsis kepentingan dan kinerja, ternyata sebagian besar dimensi kualitas pelayanan Bank BNI berada pada kuadran 1 (*keep up good work*), artinya unsur-unsur kualitas pelayanan tersebut harus dipertahankan, demikian juga unsur-unsur yang berada pada kuadran 2 (*concentrate here*), artinya unsur-unsur tersebut harus diperhatikan secara khusus dan menjadi prioritas pertama untuk diperbaiki.

Kerelasian Nasabah Bank BNI Kota Jambi

Kerelasian Nasabah yang dilakukan Bank BNI Kota Jambi memperlihatkan adanya kesungguhan dari Bank BNI untuk mempererat hubungan dengan nasabah dalam hal frekuensi berkomunikasi dengan nasabah agar tetap berkeinginan menabung (*retention*), frekuensi berhubungan dengan nasabah untuk tetap berkeinginan komit/ menabung di Bank BNI meskipun dihadapkan daya tarik/ pengaruh pesaing, frekuensi memelihara kualitas produk, agar nasabah tetap berkeinginan menabung meskipun bunga lebih rendah dari dari bank lain, frekuensi menepati isi perjanjian dengan nasabah tabungan atas ketentuan yang berlaku, frekuensi membangun kepercayaan nasabah pada Bank BNI (*trust-worthineess*),frekuensi membangun kepercayaan nasabah pada kejujuran dan integritas Bank BNI, frekuensi membangun kepercayaan nasabah pada reputasi Bank BNI, dan frekuensi membangun kepercayaan nasabah pada Bank BNI dibanding Bank pesaing.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kerelasian Nasabah terhadap Citra Bank BNI Kota Jambi

Untuk mengungkap pengaruh sebuah variabel atau seperangkat variabel terhadap varibel lain , dapat digunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*) yang telah dikembangkan Sewall Wright. Pada analisis jalur ini besarnya pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, baik langsung maupun tidak langsung dapat diketahui. Sebelum mengambil keputusan mengenai besarnya pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya tersebut, terlebih dahulu dilakukan pengujian hipotesis, baik pengujian secara keseluruhan ataupun secara individual.

Untuk mengetahui apakah varibel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kerelasian Nasabah (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Cirta PT. BNI 46 Kota Jambi (Y), dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (***path analysis***) dan software yang digunakan adalah SPSS release 12. Adapun langkah yang dilakukan adalah menghitung korelasi antar variabel, sehingga diperoleh seperti tabel di bawah ini.

Tabel Matrik Korelasi Antar Variabel

	X1	**X2**
X1	1,000	0,403
X2	0,403	1,000

Sumber : hasil output SPSS

Berdasarkan tabel di atas merupakan matrik korelasi antar variabel yang menunjukan besarnya hubungan antara sesama variabel independen. Proporsi untuk diagram jalur adalah dua buah variabel bebas (X) yang mempunyai hubungan antar variabel, dan masing-masing variabel bebas (X), serta hubungan kolerasional dari variabel diluar (X) residu terhadap variabel tak bebas (Y). Adapun langkah-langkah untuk menghitung *path analysis* (analisis jalur) adalah sebagai berikut :

$$P_{Yxi} = \sum_{j=1}^{k} CR_{ij}\, r_{yx_j} \qquad I = 1,2$$

Dan pengaruh secara keseluruhan X_1, X_2 dan X_3

$$R^2_{YX_1X_2\ldots X_7} = \sum_{i=1}^{k} p_{YX_i}\ r_{YX_i}$$

$$= 0,124$$

sedangkan koefisien jalur variabel lainnya

diluar variabel X_1, X_2 dan X_3 ditentukan melalui :

$p_{Y1\varepsilon 1} = \sqrt{1 - R_{YX1X2}}$

$= 0{,}936$

Artinya bahwa pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap variabel Y sebesar 0.124 atau 12.4% variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama mempengaruhi Y, dan sisanya 0.876 atau 87.6% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian

Didasarkan pada kerangka teori bahwa ada pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dan Kerelasian Nasabah terhadap Citra BNI 46 Kota Jambi, selanjutnya akan menguji hipotesis secara keseluruhan tersebut dengan bentuk sebagai berikut :

1) Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Untuk mengetahui apakah variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kerelasian Nasabah (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Citra BNI 46 Kota Jambi (Y), dimana statistik hipotesis dapat dinyatakan dalam bentuk sebagai berikut :

Ho : $\rho yx1 = \rho yx2 = 0$

Kualitas Pelayanan (X_1), Kerelasian Nasabah (X_2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Citra BNI 46 (Y).

H1 : Sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho yxi \neq 0$

Kualitas Pelayanan (X_1), Kerelasian Nasabah (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Citra BNI 46 (Y).

Pengujian hipotesis tersebut dilakukan melalui statistik uji F, dengan ketentuan terima Ho jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, tolak Ho jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dari perhitungan menggunakan software *SPSS* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel Pengujian Secara Simultan

Hipotesis Alternatif	Fhitung	Sig.Level (5%)	Kesimpulan
(X_1, X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Y	7,548	0,001 <0,05	Signifikan

Sumber : hasil perhitungan melalui SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, ternyata F_{hitung} sebesar 7,458 dengan Sig Level 0,001 lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis diterima atau H_0 ditolak. Berarti *pengujian individu dengan hipotesis dapat terus dilakukan* yaitu:

2) Pengujian Hipotesis Secara Individu

Pengujian secara individu dilakukan ketika pengujian secara simultan menolak hipotesis nol berarti sekurang-kurangnya ada satu koefisien jalur yang tidak sama dengan nol. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui atau menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas apakah secara individu signifikan atau tidak.

Karena pengujian secara keseluruhan menghasilkan uji yang signifikan, maka analisis selanjutnya dilakukan dengan pengujian secara individu (pengujian secara parsial).

$H_o = \rho yxi = 0$

$H_1 = \rho yxi > 0$

Statistik uji untuk setiap hipotsis

$$t_{0i} = \frac{p_{YXi}}{\sqrt{\frac{\left(1 - R_{Y}{}^{2}{}_{X_1X_2X_3}\right)Cr_{ii}}{n-k-1}}} \quad ,i = 1,2,3$$

Tolak H_o, Jika $t_{oi} > t_{1-\alpha\ (n-k-1)}$

Tabel Pengujian hipotesis X1,X2 dan X3 terhadap Y

Standardize Coefficient		**Sig.Level**	**Compare 0,05**	**Kesimpulan**
ρyx1	0.041	0,683	> 0,05	**Ho diterima** Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra BNI 46
ρyx2	0,333	0,001	< 0,05	**Ho tolak** Terdapat pengaruh Kerelasian Nasabah terhadap Citra BNI 46

Sumber : hasil perhitungan

Berdasar hasil perhitungan nilai koefisien jalur variabel (X_1), (X_2) terhadap (Y), yang didapatkan dengan menggunakan progaram SPSS releasse 12 for windows, Dengan demikian sesuai dengan kaidah keputusan, bahwa untuk kerelasian nasabah memiliki sig.level < 0,05 didaerah H_0 *ditolak* artinya koefisien jalur *signifikan*, sedangkan untuk kualitas pelayanan memiliki sig.level > 0,05 didaerah Ho *diterima*. Secara konsep dapat dijelaskan bahwa seluruh aspek kualitas pelayanan dan kerelasian nasabah secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap citra PT. BNI 46 Kota Jambi, tetapi secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap citra BNI 46, sebagaimana yang terlihat pada output SPSS, pada tabel berikut :

Tabel . Hasil Uji Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8,973	2,525		3,554	,001
	X1	,011	,028	,041	,410	,683
	X2	,207	,061	,333	3,370	,001

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel di atas, persamaan regresi sebagai berikut :

$\hat{Y} = 8,973 + 0.011\ X_1 + 0,207\ X_2$

Artinya adalah dengan peningkatan X_2 satu satuan, maka Y akan meningkat sebesar 0,207 dengan asumsi X_1 konstan. Dari nilai koefisien regresi tersebut terlihat bahwa X_2 (kerelasian nasabah) dominan mempengaruhi citra BNI46, (X_1) daripada kualitas pelayanan.

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan Bank BNI Kota Jambi apabila dilihat berdasarkan analisis kepentingan dan kinerja, ternyata sebagian besar dimensi kualitas pelayanan Bank BNI berada pada kuadran 1 (*keep up good work*), artinya unsur-unsur kualitas pelayanan tersebut harus dipertahankan, demikian juga unsur-unsur yang berada pada kuadran 2 (*concentrate here*), artinya unsur-unsur tersebut harus diperhatikan secara khusus dan menjadi prioritas pertama untuk diperbaiki.
2. Kerelasian Nasabah yang dilakukan Bank BNI Kota Jambi memperlihatkan adanya kesungguhan dari Bank BNI untuk mempererat hubungan dengan nasabah dalam hal frekuensi berkomunikasi dengan nasabah agar tetap berkeinginan menabung (*retention*), frekuensi berhubungan dengan nasabah untuk tetap berkeinginan komit/ menabung di Bank BNI meskipun dihadapkan daya tarik/ pengaruh pesaing, frekuensi memelihara kualitas produk, agar nasabah tetap berkeinginan menabung meskipun bunga lebih rendah dari dari bank lain, frekuensi menepati isi perjanjian dengan nasabah tabungan atas ketentuan yang berlaku, frekuensi membangun kepercayaan nasabah pada Bank BNI (*trustworthineess*),frekuensi membangun kepercayaan nasabah pada kejujuran dan integritas Bank BNI, frekuensi membangun kepercayaan nasabah pada reputasi Bank BNI, dan frekuensi membangun kepercayaan nasabah pada Bank BNI dibanding Bank lainnya.
3. Kualitas pelayanan dan kerelasian nasabah berpengaruh secara bersama-sama terhadap citra Bank BNI Kota Jambi, namun apabila dilihat secara parsial, ternyata Kerelasian nasabah dominan mempengaruhi citra Bank BNI, sedangkan kualitas pelayanan tidak mempengaruhi citra Bank BNI.

DAFTAR PUSTAKA

Egan ,Graham R., Mark Uncles.1997. Do Customer Loyalty Programs Really Work*?.Sloan Management Review*. Vo.38,Hal.71

Flavin, Carlos, Eduardo Tores, and Miguel

Guinaliu. 2004. Corporate Image Measurement. *The International Journal of Bank Marketing.* Vol.22 No.5.pp. 366-384. Emerald Group Publishing Limited. London.

Griffin, Jill. 2003.Customer Loyalty : How to Earn It, How to Keep It. USA: Le- xington Books.

Gronroos, Christian, 2001, The perceived service quality concept – a mistake?, *Journal of Managing Service Quality*, Volume 11 No. 3, pp. 150-152, MCB University Press, London.

Kanuk, Lilian, dan John Schiffman, 2000, *Consumer Behavior*, Eighth Edition, McGraw-Hill, United State.

Kenna & Assael (2000), *Consumer Behavior and Marketing Action*, Boston : Wprd Worth, Inc

Kotler, Philip dan Amstrong, 2001, *Principle of Marketing*, , Prentice Hall International, Inc. A Division of Simon & Scuster, Englewood Cliffs, Nj07632.

_____ dan Kevin Lane Keller, 2006, *Marketing Management,* , Prentice Hall International, Inc. A Division of Simon & Scuster, Englewood Cliffs, Nj07632

Lovelock, Christoper,H and Lauren. K. Wright, 1999, *Service Marketing and Management*, Prentice Hall International, Inc. New Jersey.

_____, 2002, *Service Marketing and Management*, Prentice Hall International, Inc. New Jersey.

Mittal, Banwari, 2001, Application of The Means – end Value Hierarchy Model to Understanding Logistics Service Value, *International Journal of Physical Distribution and Logistics Ma -nagement,* Vol.27, No.9/10, hal 630 – 643.

Shanmugan, Bala., et.al. (1992). *Bank Management.* NewYork : John Wiley & Sons.

Storbacka, Isabelle, 1998, Consumer Equity in Relationship Marketing, *Journal of Consumer Marketing*, Vol.15, No.6, hal.544 –557

Zeithaml,A.,Valarie,A.,Mary Joe Bitner. 2000. *Service Marketing: Integrating Customer Focus The Firm*. USA : Mc-Graw-Hill.