

ANALISIS PENGARUH PERSONAL TRUST, MODAL INTELEKTUAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KLIEN

Hermawan ¹⁾, Suwardi ²⁾, Setia Iriyanto ³⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang
Email: awankibrahimovic@gmail.com

ABSTRACT

Following the increasingly intense competition in the business world today, it is also increasingly difficult for a tax consultant to be able to maintain the loyalty of his customers so as not to move to another tax consultant. Therefore a tax consultant must be able to maintain client loyalty by providing good service, trust for customers, and high intellectual capital. For this reason, this study aims to analyze the influence of personal trust, intellectual capital and service quality on client loyalty at the Rizqi Tax and Management office.

The population in this study are all taxpayers or clients who use Rizqi Tax and Management Consultant Office services based on records in 2018 as many as 84 taxpayers with sampling technique is a census sampling. In this study using data analysis techniques with multiple linear regression tests.

Based on the results of the study, it was found that all variables in the study that included personal trust, intellectual capital and quality of service both partially and simultaneously affected client loyalty at the Rizqi Tax and Management Consultant's office in Semarang, so statistically it was stated that all research hypotheses were accepted.

Based on the results of the research above it is expected that the results of the study provide recommendations to the Rizqi Tax and Management Consultant to maintain personal trust, intellectual capital, and quality of service to maintain client loyalty.

Keywords : Personal Trust, Intellectual Capital, Service Quality, Client Loyalty

ABSTRAK

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis saat ini, maka semakin sulit juga bagi seorang konsultan pajak untuk dapat menjaga kesetiaan pelanggannya agar tidak berpindah ke konsultan pajak lain. Oleh karena itu seorang konsultan pajak harus dapat menjaga loyalitas klien dengan memberikan pelayanan yang baik, kepercayaan untuk pelanggan dan modal intelektual yang tinggi. Untuk itu dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *personal trust*, modal intelektual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas *klien* di kantor KKP Konsultan Manajemen Rizqi Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak atau klien pengguna jasa Kantor Konsultan Pajak Manajemen Rizqi yang berdasarkan catatan pada tahun 2018 sebanyak 84 wajib pajak dengan teknik sampling adalah *sensus sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan uji regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa seluruh variabel dalam penelitian yang meliputi *personal trust*, modal intelektual dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas *klien* di kantor KKP Konsultan Manajemen Rizqi Semarang, maka secara statistik dinyatakan bahwa semua hipotesis penelitian diterima.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas diharapkan bahwa hasil penelitian memberikan rekomendasi kepada kantor KKP Konsultan Manajemen Rizqi Semarang untuk mempertahankan *personal trust*, modal intelektual dan kualitas pelayanan guna menjaga loyalitas *klien*.

Kata Kunci : *Personal Trust*, Modal Intelektual, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Klien

PENDAHULUAN

Atas dasar Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 111 tahun 2014 seorang konsultan pajak seharusnya berada di tengah-tengah antara Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dan Wajib Pajak (WP). Dalam fungsi *arbitrase* seorang konsultan pajak juga harus mampu menjaga integritas dan profesionalisme serta selalu bertindak dalam koridor pelayanan dan penghormatan atas kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat dan pemerintah.

Seluruh kemampuan perilaku konsultan pajak tersebut diorientasikan untuk menghindari konflik kepentingan (*conflict of interest*). Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 111 tahun 2014 tentang Konsultan Pajak yang menggantikan PMK Nomor 485/KMK.03/2003 sebagaimana telah diubah dengan PMK Nomor 98 Tahun 2005 diterbitkan untuk menegaskan pentingnya profesionalisme dan akuntabilitas konsultan pajak, dan kejelasan hak dan kewajiban konsultan pajak.

Implementasi pengumpulan pajak akan menimbulkan biaya yang sering disebut *cost of collection*. Adapun *cost of collection* mencakup biaya pemenuhan administrasi yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pajak dan biaya kepatuhan yang akan dikeluarkan oleh wajib pajak. *Cost of collection* cenderung akan meningkat dengan pemenuhan kewajiban *self assessment system*, dalam sistem ini sering ditemukan keambiguan penafsiran tentang hukum pajak sendiri sehingga dimungkinkan wajib pajak untuk membuat keputusan sendiri mengenai beberapa resiko

dalam penafsiran hukum pajak tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka secara terperinci masalah yang akan diteliti adalah Loyalitas *Klien* Konsultan Manajemen Rizqi yang dipengaruhi oleh *Personal Trust*, Modal Intelektual, dan Kualitas Pelayanan.

Dari masalah diatas maka dapat diperoleh rumusan penelitian sebagai berikut. Pertama, bagaimana *Personal Trust* berpengaruh terhadap Loyalitas *Klien* di KKP Konsultan Manajemen Rizqi? Kedua, bagaimana Modal Intelektual berpengaruh terhadap Loyalitas *Klien* di KKP Konsultan Manajemen Rizqi? Ketiga, bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas *Klien* di KKP Konsultan Manajemen Rizqi? Keempat, bagaimana *Personal Trust*, Modal Intelektual, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas *Klien* di KKP Konsultan Manajemen Rizqi?

Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, menganalisis pengaruh *Personal Trust* terhadap Loyalitas *Klien* di KKP Konsultan Manajemen Rizqi. Kedua, menganalisis pengaruh Modal Intelektual terhadap Loyalitas *Klien* di KKP Konsultan Manajemen Rizqi. Ketiga, menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas *Klien* di KKP Konsultan Manajemen Rizqi. Terakhir, menganalisis pengaruh *Personal Trust*, Modal Intelektual, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas *Klien* di KKP Konsultan Manajemen Rizqi.

METODE PENELITIAN

Tujuan umum dari penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh *personal trust*, modal intelektual dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas *klien*. Dalam melaksanakan langkah tersebut harus dilakukan secara objektif, rasional dan menghindari cara berfikir yang mengarah coba-coba (*trial and error*). Penelitian merupakan suatu bentuk kegiatan ilmiah, oleh karena itu harus dapat memenuhi mutu ilmiah suatu penelitian.

Populasi adalah kumpulan semua individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri-ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Arikunto, 2012).

Sedangkan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak atau klien pengguna jasa Kantor Konsultan Pajak Manajemen Rizqi yang berdasarkan catatan pada tahun 2018 sebanyak 84 wajib pajak. Berdasarkan populasi ini diambil sampel yang diharapkan dapat mewakili populasi. Adapun untuk menentukan luas dan sifat-sifat populasi serta memberikan batas-batas yang tegas (Hadi, 2010) seorang peneliti harus memberikan kriteria-kriteria subyek sebagai batasan yang tegas pada subyek penelitiannya.

Teknik sampling yang digunakan adalah *sensus sampling* yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel oleh peneliti. Kriteria sampel yang ditetapkan adalah:

- a. Wajib pajak yang telah menggunakan jasa Kantor Konsultan Pajak Manajemen Rizqi lebih dari 1 tahun.
- b. Perorangan maupun badan usaha wajib pajak.
- c. Bersedia menjadi responden.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Dimana responden penelitian ini adalah semua wajib pajak yang menggunakan jasa Kantor Konsultan Pajak Manajemen Rizqi.

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Rentang umur responden cukup bervariasi. Perbandingan proporsi kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 1, dimana kelompok umur responden sebagian besar adalah 36-45 tahun yaitu sebanyak 38 orang (45,2%) sedangkan yang paling sedikit adalah >50 tahun yaitu 2 orang (2,4%).

Tabel 1
Komposisi Kelompok Umur Responden

No.	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	25-35 tahun	20	23,8
2	36-45 tahun	38	45,2
3	46-50 tahun	24	28,6
4	>50 tahun	2	2,4
	Total	84	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2 menjelaskan mengenai validitas instrumen

penelitian. Suatu item kuesioner dikatakan valid jika r hitung (korelasi *product moment*) $>$ r tabel, atau jika nilai probabilitas (*sig.*) $<$ 0,05. Dari tabel 2 terlihat seluruh r hitung lebih besar dari 0,181 dan $\alpha <$ 0,05. Sehingga dapat dikatakan butir-butir pertanyaan instrumen penelitian **valid**.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	r Tabel	r Hitung	Ket.
<i>Personal Trust</i> (X_1)			
- <i>Benevolence.</i>	0,181	0,830	Val.
- <i>Integrity</i>	0,181	0,779	Val.
- <i>Competence</i>	0,181	0,735	Val.
- <i>willingness to depend</i>	0,181	0,755	Val.
- <i>subjective probability of depending</i>	0,181	0,826	Val.
Modal Intelektual (X_2)			
- <i>Human Capital</i>	0,181	0,458	Val.
- <i>Structural</i>	0,181	0,652	Val.
- <i>Customer Capital</i>	0,181	0,589	Val.
Kualitas Pelayanan (X_3)			
- Keandalan.	0,181	0,549	Val.
- Daya tanggap.	0,181	0,535	Val.
- Jaminan	0,181	0,775	Val.
- Perhatian.	0,181	0,554	Val.
- Bukti langsung	0,181	0,788	Val.
Loyalitas Klien (Y)			
- Menggunakan jasa berulang secara teratur.	0,181	0,768	Val.
- Menggunakan jasa berulang di luar lini jasa	0,181	0,725	Val.
- Merekomendasikan jasa	0,181	0,752	Val.

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa pada variabel *Personal Trust* (X_1), Modal Intelektual (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) dan Loyalitas Klien (Y) didapatkan semua item pertanyaan memiliki r hitung $>$ r tabel sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan instrumen pada penelitian adalah **valid**.

Kemudian, Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa dari variabel-

variabel *Personal Trust* (X_1) *Cronbach Alpha*-nya sebesar 0,915, Modal Intelektual (X_2) *Cronbach Alpha*-nya sebesar 0,716, Kualitas Pelayanan (X_3) *Cronbach Alpha*-nya sebesar 0,825 dan Loyalitas Klien (Y) *Cronbach Alpha*-nya sebesar 0,861. Berhubung dari masing-masing variabel tersebut didapatkan nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,70 maka instrumen penelitian ini dapat dikatakan handal (*reliabel*) untuk digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
1	<i>Personal Trust</i> (X_1)	0,915
2	Modal Intelektual (X_2)	0,716
3	Kualitas Pelayanan (X_3)	0,825
4	Loyalitas Klien (Y)	0,861

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Uji Koefisien Determinasi

Pada Tabel 4, ditunjukkan besarnya koefisien determinasi atau sebesar 0,602 atau 60,2%. Dapat diartikan bahwa 60,2% Klien pada Kantor Konsultan Manajemen Risqi pada model penelitian dipengaruhi oleh variabel *Personal Trust*, Modal Intelektual dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisanya 39,8% (100% – 60,2%) dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 4
Nilai Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785 ^a	,617	,602	1,12594

a. Predictors: (Constant), X_3 , X_1 , X_2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 5, dapat dibuat persamaan regresi *Unstandardized* sebagai berikut:

$$Y = 2,365 + 0,139X_1 + 0,275X_2 + 0,195X_3$$

Tabel 5
Hasil Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstdzd. Coef.		Stdzd. Coef.	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Const.)	2,365	,822		2,879	,005
Personal trust	,139	,067	,239	2,066	,042
Modal intelektual	,275	,111	,294	2,481	,015
Kualitas pelayanan	,195	,056	,343	3,467	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Klien
Sumber: Data sekunder yang diolah, 2019

Uji t (Uji Parsial)

Dari persamaan di atas, hasil yang dapat diterangkan sebagai berikut.

Pertama, $X_1 = 0,139$. Nilai parameter β_1 sebesar 0,139 tersebut menunjukkan koefisien regresi untuk variabel Personal Trust. Angka sebesar 0,139 yang mengindikasikan bahwa tanda positif berarti apabila variabel Personal Trust meningkat aktivitasnya sebesar 100% dengan konstanta 2,635, maka Loyalitas Klien pada Kantor Konsultan Manajemen Risqi akan mengalami peningkatan sebesar 0,139 kalinya (13,9%), begitu pun sebaliknya.

Kedua, $X_2 = 0,275$. Angka tersebut menunjukkan koefisien untuk variabel Modal Intelektual. Angka

sebesar 0,275 yang mengindikasikan bahwa tanda positif berarti apabila variabel Modal Intelektual meningkat aktivitasnya sebesar 100% dengan konstanta 2,635, maka Loyalitas Klien pada Kantor Konsultan Manajemen Risqi akan mengalami peningkatan sebesar 0,275 kalinya (27,5%), begitu pun sebaliknya.

Tabel 6
Hasil Uji t (Uji parsial)
Coefficients^a

Model	Unstdzd. Coef.		Stdzd. Coef.	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Const.)	2,365	,822		2,879	,005
Personal trust	,139	,067	,239	2,066	,042
Modal intelektual	,275	,111	,294	2,481	,015
Kualitas pelayanan	,195	,056	,343	3,467	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Klien
Sumber: Data sekunder yang diolah, 2019

Ketiga, $X_3 = 0,195$. Angka tersebut menunjukkan koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan. Angka sebesar 0,195 yang mengindikasikan bahwa tanda positif berarti apabila variabel Modal Intelektual meningkat aktivitasnya sebesar 100% dengan konstanta 2,635, maka Loyalitas Klien pada Kantor Konsultan Manajemen Risqi akan mengalami peningkatan sebesar 0,195 kalinya (19,5%), begitu pun sebaliknya.

Uji F (Uji Simultan)

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar $42,898 > F_{tabel}\{(df);(n);(\alpha/1)\} = \{(84-3);(3);(0,05/1)\}$ yaitu sebesar 2,716.

Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat dikatakan ada pengaruh yang positif secara simultan antara variabel *Personal Trust* (X_1), Modal Intelektual (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Loyalitas *Klien* (Y).

Tabel 7
Hasil Pengujian Secara Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regress.	163,152	3	54,384	42,898	,000 ^b
Residual	101,419	80	1,268		
Total	264,571	83			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X_3 , X_1 , X_2

Sumber: Data primer diolah, 2019

Hasil tersebut juga diperkuat dengan melihat nilai $p\ value < 0,05$. Dimana nilai $p\ value$ yang diperoleh adalah sebesar 0,000, karena nilai $p\ value < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *Personal Trust* (X_1), Modal Intelektual (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Loyalitas *Klien* (Y).

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Pertama, nilai parameter β_1 sebesar 0,139 tersebut menunjukkan koefisien regresi untuk variabel *Personal Trust*. Angka sebesar 0,139 yang mengindikasikan bahwa tanda positif berarti apabila variabel *Personal Trust* meningkat aktivitasnya sebesar 100% dengan konstanta 2,635, maka Loyalitas *Klien* pada Kantor Konsultan Manajemen Risqi akan mengalami peningkatan sebesar 0,139 kalinya

(13,9%), sebaliknya apabila *Personal Trust* mengalami penurunan maka Konsultan Manajemen Risqi juga akan mengalami penurunan loyalitas para *kliennya*. Variabel *Personal Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas *Klien* yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,066 dan t_{tabel} sebesar 1.664 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,042 (4,2%) < 0,05 (5%).

Kedua, nilai parameter β_2 sebesar 0,275 tersebut menunjukkan koefisien regresi untuk variabel Modal Intelektual. Angka sebesar 0,275 yang mengindikasikan bahwa tanda positif berarti apabila variabel Modal Intelektual meningkat aktivitasnya sebesar 100% dengan konstanta 2,635, maka Loyalitas *Klien* pada Kantor Konsultan Manajemen Risqi akan mengalami peningkatan sebesar 0,275 kalinya (27,5%), sebaliknya apabila Modal Intelektual mengalami penurunan maka Konsultan Manajemen Risqi juga akan mengalami penurunan loyalitas para *kliennya*. Modal Intelektual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas *Klien* yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,481 dan t_{tabel} sebesar 1.664 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,015 (1,5%) < 0,05 (5%).

Ketiga, nilai parameter β_3 sebesar 0,195 tersebut menunjukkan koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan. Angka sebesar 0,195 yang mengindikasikan bahwa tanda positif berarti apabila variabel Modal Intelektual meningkat aktivitasnya sebesar 100% dengan konstanta 2,635, maka Loyalitas *Klien* pada Kantor Konsultan

Manajemen Risqi akan mengalami peningkatan sebesar 0,195 kalinya (19,5%), sebaliknya apabila Kualitas Pelayanan mengalami penurunan maka Konsultan Manajemen Risqi juga akan mengalami penurunan loyalitas para *kliennya*. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Klien yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 3,467 dan t_{tabel} sebesar 1,664 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 (0,1%) < 0,01 (1%).

Keempat, *Personal Trust*, Modal Intelektual dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Klien dengan nilai F_{hitung} sebesar 42,898 dan F_{tabel} sebesar 2,716 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0%) < 0,05 (5%).

Terakhir, Loyalitas Klien pada model penelitian dipengaruhi oleh variabel *Personal Trust*, Modal Intelektual dan Kualitas Pelayanan sebesar 60,2%.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J. dan H. Samuel. 2014, *Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1
- Agus Sulastiyono. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aris, Irnandha 2016, *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat* UNY. Skripsi. UNY.
- Azwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bachmann, R., and Zaheer, A. 2006. *Handbook of Trust Research*. USA: Edward Elgar Publishing, Incorporated.
- Bontis, N., 2004, *World congress on intellectual capital readings*, Routledge.
- Capital Towards Financial Profitability
Capital Towards Financial Profitability
Capital Towards Financial Profitability
- Chen, M. C., Cheng, S. J., & Hwang, Y. 2005. "An Empirical Investigation of The Relationship Between Intellectual Capital and Firms' Market Value and Financial Performance". *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 159-176
- Dharmesta, Basu Swasta. 2014. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE Gajah Mada University.
- Faza, Muhammad Fardin. dan Erna Hidayah. 2014. *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas, Produktivitas, dan Nilai*

- Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI), EKBISI*, Vol. VIII, No. 2, Juni 2014, hal. 186 - 199
ISSN:1907-9109
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 2. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadi, S. 2005. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Husaini Usman. 2012. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Iswati, S. and M. Anshori. 2007. *The Influence of Intellectual Capital to Financial Performance at Insurance Companies in Jakarta Stock Exchange (JSE)*. Proceedings of the 13th Asia Pacific Management Conference, Melbourne, Australia
- Kotler, P, dan Keller. 2012, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan), Jilid II, Edisi 9, Prehallindo, Jakarta.
- Mardalis, Ahmad. 2005. *Meraih loyalitas pelanggan*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Marfuah dan Maricha Ulfa. 2014. *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas, Produktivitas dan Pertumbuhan Perusahaan Perbankan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.IX, No. 1.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., dan Kacmar, C. 2002, *Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology*. Information Systems Research 334-359
- Nashih, Moh. 2005. *Intellectual Capital dan Kinerja Perusahaan Perbankan Indonesia*. <http://ebookspdfs.org/>.
- Pedoman Penulisan Skripsi dan Pelaksanaan Ujian Akhir*, 2018. S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Semarang
- Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 111 tahun 2014 tentang Konsultan Pajak
- Samosir, Zurni Zahara, 2005, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU*, Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi, Vol. 1, no. 1, Juni 2005, p. 28 – 36.

- Sawarjuwono, T. Kadir, P.A. 2003. *“Intellectual Capital: Perlakuan, Pengukuran, dan Pelaporan (Sebuah Library Research)”*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 5 No. 1. pp. 35-57.
- Sianipar, M. 2009. *The Impact of Intellectual Capital Towards Financial Probability and Investors’ Capital Gain on Shares: An Empirical Investigation of Indonesian Banking and Insurance Sector for Year 2005-2007*. Paper dipresentasikan pada acara *Simposium Nasional Akuntansi XII*, Palembang
- Solikhah, Badingatus. 2010. *“Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, Pertumbuhan dan Nilai Pasar pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”*. Tesis. Universitas Diponegoro. Semarang
- Sugianto, Hadi. 2014. *Peran Konsultan Pajak Sebagai Partner Direktorat Jenderal Pajak Dalam Sistem Pemungutan Pajak di Indonesia*. www.weloje.id.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ulum, I., 2013, *Model Pengukuran Kinerja Intellectual Capital Dengan IB-VAIC Di Perbankan Syariah*, *INFERENSI*, 7(1), 185-206.
- Umar, Husein. 2011. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia
- Williams, S.M. 2001. *Is Intellectual Capital Performance and Disclosure Practices Related?*. *Journal of Intellectual Capital*, 2 (3), 192-203
- Sugian O, Syahu. 2014. *Kamus Manajemen (Mutu)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama