PENGARUH CITRA BPR, KUALITAS PELAYANAN, NILAI NASABAH, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) LUGAS DANA MANDIRI CABANG SOLOK

Dettrita Yetti, Rian Hidayat, Wati

Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat

dettritay@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze: 1) the influence of BPR pictures on honest loyalists. 2) The effect of service quality on loyal customers. 3) The impact of customer value in customer loyalty. 4) The influence of customer trust on customer loyalty. 5) The result of customer satisfaction on customer loyalty. 6) The impact of quality service on customer satisfaction. 7) The influence of customer value in customer satisfaction. Research results are: (1) BPR images have a positive and significant impact on customer loyalty; (2) Service quality has a positive and significant impact on customer loyalty; (3) Customer value has a positive and significant impact on customer loyalty Significant impact, (4) trust has a positive and important impact on customer loyalty, (5) customer satisfaction has a positive and important impact on customer loyalty, (6) service quality has a positive and important impact on customer satisfaction (7) Customer value has a positive and significant impact on customer satisfaction.

Keywords: BPR Image, Service Quality, Customer Value, Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalt

PENDAHULUAN

Pada sekitar tahun belakang ini banyak sekali persaingan yang terjadi di dunia usaha dan persaingan tersebut sangat ketat dimana setiap perusahaan di tuntutan untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan aktifitasnya. Suatu perusahaan juga harus mampu menarik masyarakat agar mau bergabung dan menyukai perusahaan tersebut. Salah

satu perusahaan yang mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi adalah Bank.

Bank merupakan suatu perusahaan atau suatu lembaga yang berwenang di bidang jasa keuangan, yang umumnya dikenal sebagai tempat menyimpan dan meminjam uang.

Dalam membangun dan menumbuhkan pelanggan setia, perusahaan perlu fokus pada faktor-faktor kunci yang memotivasi mereka.

Menurut Krismanto dalam Satriyanti (2012:173), terdapat variable yang bisa mempengaruhi loyalitas Nasabah, yaitu penanganan komplain, kualitas pelayanan, citra dan kepuasan. Sedangkan menurut Zikmund dan Vanessa, dalam Saputro dkk, (2017:154), loyalitas pelanggan di pengaruhi lima hal penting, termasuk kepuasan, empati, kepercayaan, kesederhanaan, dan pengalaman dengan perusahaan. Kelima faktor tersebut membentuk loyalitas nasabah yang didasari perspektif sikap dan perilaku.

Menurut studi Butz dan Goodstein dalam Hidayat dkk (2009:59), komunikasi dua arah antara nasabah dengan bank di mana hubungan tercipta setelah nasabah tahu dan memberikan penilaian positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Kesimpulan tersebut mengarah pada hubungan antara nilai bagi nasabah dengan kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah menggambarkan nilai bagi nasabah.

Harrison dalam Purba (2017) Informasi lengkap tentang perusahaan memiliki empat komponen, termasuk karakteristik, reputasi, nilai, dan

corporate identity. Dalam meningkatkan suatu citra perusahaan (bank), bank tersebut harus bisa andal dan industri mempunyai tugas sosial.

Menurut Laksana dalam Satriyanti (2012:174) Kualitas diartikan sebagai tingkat kualitas yang diharapkan dan bervariasi yang diatur dalam pencapaian kualitas tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Levesque and Dougall dalam Kotler (2016:85) perbandingan antara setiap keuntungan yang didapatkan oleh pelanggan dengan biaya pengorbanan yang dibebankan disebut nilai.

Menurut Barnes dalam Khotimah (2012:44) keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada diri orang lain, dan bukan apa yang ia takutkan yakni kepercayaan.

Menurut Tjiptono dalam Irda dan Desiyanti (2013) Kepuasan mengartikan “upaya pemenuhan sesuatu” maupun “membuat sesuatu memadai”. Menurut Kotler dalam Irda & Desiyanti (2013) untuk mengukur Kepuasan, indikator pengukurannya adalah profesionalitas, ketanggapan pelayanan, kepuasan menyeluruh dan penataan tempat.

METODE PENELITIAN

Bersumber pada persoalan dan arahan yang perlu dicapai dan model *riset* yang digunakan yaitu deskriptif dan asosiatif. Penelitian akan dilakukan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok dilaksanakan pada bulan Januari 2020. Populasinya yaitu nasabah yang menggunakan tabungan simpeda. Menurut (Sugiyono, 2012:120) bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut yaitu sampel. Cara riset ini menggunakan *Purposive sampel*

dan kriteria adalah nasabah tabungan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Sampel pada penelitian adalah sebanyak 120 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Jalur (Part Analysis)

1) Analisis Jalur Sub Struktur I

Penjabaran Jalur bagian susunan I menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah kepada Kepuasan Nasabah Tabungan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Berikut hasil pengolahan data pada susunan I :

Tabel 1. Hasil Analisis Jalur Sub Struktur I

Variabel Endogen	Variabel Eksogen	Koefisien Jalur	t_{hitung}	Sig	Ket
Kepuasan Nasabah (X_5)	Kualitas Pelayanan(X_2)	0,683	10,731	0,000	Signifikan
	NilaiNasabah(X_3)	0,520	8,169	0,000	Signifikan

Asal: Olahan Data Primer, 2020

Berdasarkan analisis data tersebut menentukan maka kualitas pelayanan berdampak eksplisit dan penting kepada kepuasan nasabah (X_5) menunjukkan koefisien jalur $PX_5X_2 = 0,683$. Nilai $t_{hitung} = 10,731$ dengan tingkat level sig $0,000 < 0,05$. Ini memberikan gambaran bahwa apabila kualitas pelayanan yang ditawarkan

baik hingga kepuasan nasabah dalam menabung juga akan lebih baik.

Hasil analisis jalur pengaruh variabel nilai nasabah (X_3) terhadap variabel kepuasan nasabah (X_5) menunjukkan koefisien jalur $PX_5X_3 = 0,520$. Nilai $t_{hitung} = 8,169$ dengan tingkat level sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan analisis data tersebut membuktikan bahwa nilai nasabah

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Ini memberikan gambaran bahwa apabila nilai nasabah yang ditawarkan baik maka kepuasan nasabah dalam menabung juga akan lebih baik.

Untuk melihat besarnya kontribusi atau koefisien determinasi ($R_{\text{square}} = R^2 X_5 X_2 X_3$) kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Untuk melihat besarnya kontribusi atau, diperlihatkan oleh nilai R Square sebesar 0,556 atau 55,6%. Ini berarti kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah dapat dijelaskan sebesar 55,6%. Sedangkan sisanya 44,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Besar koefisien pengaruh variabel lain terlihat dari nilai koefisien residual ($P_{x5\epsilon 2}$) dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} P_{x5\epsilon 1} &= \sqrt{1 - R^2 x_5 x_2 x_3} \\ &= \sqrt{1 - 0,556} \\ &= 0,666 \times 0,666 \\ &= 0,444 \end{aligned}$$

Hasil analisis data pada sub struktur I dapat dimasukkan ke dalam persamaan jalur sebagai berikut:

$$\begin{aligned} X_5 &= P_{X_5 X_2} X_2 + P_{X_5 X_3} X_3 \\ X_5 &= 0,683 X_2 + 0,520 X_3 \end{aligned}$$

2) Analisis Jalur Sub struktur II

Kajian Jalur susunan dua pada riset mengevaluasi dampak Citra BPR, Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Berikut hasil pengolahan data pada susunan II:

Tabel 2. Hasil Analisis Jalur Sub Struktur II

Variabel Endogen	Variabel Eksogen	Koefisien Jalur	t_{hitung}	Sig	Ket
Loyalitas Nasabah (Y)	Citra BPR (X_1)	0,335	6,340	0,000	Signifikan
	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,277	4,977	0,000	Signifikan
	Nilai Nasabah (X_3)	0,301	6,080	0,000	Sig
	Kepercayaan (X_4)	0,295	7,436	0,000	Signifikan
	Kepuasan Nasabah (X_5)	0,254	3,849	0,000	Signifikan

Sumber: Olahan Data Primer, 2020.

Dari hasil analisis data tersebut menentukan maka citra BPR (X_1) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) menunjukkan koefisien jalur $PYX_1 = 0,335$. Nilai $t_{hitung} = 6,340$ dengan tingkat level sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan analisis data tersebut menunjukkan yakni gambaran BPR berdampak penting pada kesetiaan nasabah tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Ini memberikan gambaran bahwa apabila citra yang diberikan BPR baik maka kesetiaan nasabah akan meningkat.

Hasil analisis jalur pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) menunjukkan koefisien jalur $PYX_2 = 0,277$. Nilai $t_{hitung} = 4,977$ dengan tingkat level sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan analisis data tersebut menunjukkan yakni mutu jasa berdampak penting pada kesetiaan pengguna simpanan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Ini memberikan gambaran bahwa apabila kualitas pelayanan yang

diberikan BPR baik maka loyalitas nasabah akan meningkat.

Hasil analisis jalur pengaruh fleksibel kadar pengguna (X_3) kepada kesetiaan nasabah (Y) menunjukkan koefisien jalur $PYX_3 = 0,301$. Nilai $t_{hitung} = 6,080$ dengan tingkat level sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan analisis data tersebut menunjukkan bahwa nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Ini memberikan gambaran bahwa apabila nilai nasabah yang diberikan BPR baik maka loyalitas nasabah akan meningkat.

Hasil analisis jalur pengaruh variabel kepercayaan (X_4) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) menunjukkan koefisien jalur $PYX_4 = 0,295$. Nilai $t_{hitung} = 7,436$ dengan tingkat level sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan analisis data tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berdampak penting pada kesetiaan pengguna tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Ini memberikan gambaran bahwa

apabila kepercayaan yang diberikan BPR baik maka loyalitas nasabah akan meningkat.

Hasil analisis jalur pengaruh variabel kepuasan nasabah (X_5) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) menunjukkan koefisien jalur $P_{YX_5} = 0,254$. Nilai $t_{hitung} = 3,849$ dengan tingkat level sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan analisis data tersebut menunjukkan kesenangan pengguna berdampak penting pada kesetiaan nasabah tabungan pada Banc Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Ini memberikan gambaran bahwa apabila kepuasan nasabah yang diberikan BPR baik maka loyalitas nasabah akan meningkat.

Untuk melihat besarnya kontribusi atau koefisien determinasi ($R_{square} = R^2_{YX_1X_2X_3X_4X_5}$) citra BPR, mutu jasa, kadar pengguna, kepercayaan beserta kepuasan nasabah pada kesetiaan nasabah tabungan pada Banc Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Untuk melihat besarnya kontribusi atau, diperlihatkan oleh nilai R Square 0,842 atau 84, 2%. Ini berarti citra

BPR, kualitas pelayanan, kadar pengguna, kepercayaan beserta kesenangan nasabah terhadap loyalitas nasabah dapat dijelaskan sebesar 84,2%. Sedang sisanya 15,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Besar koefisien akibat fleksibel lain terlihat dari nilai koefisien residual ($P_{Y\epsilon_2}$) dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} P_{Y\epsilon_2} &= \sqrt{1 - R^2_{YX_1X_2X_3X_4X_5}} \\ &= \sqrt{1 - 0,842} \\ &= 0,397 \times 0,397 \\ &= 0,158 \end{aligned}$$

Hasil persamaan jalur pada sub struktur II sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Y &= P_{YX_1}X_1 + P_{YX_2}X_2 + P_{YX_3}X_3 + P_{YX_4}X_4 + P_{YX_5}X_5 \\ Y &= 0,335X_1 + 0,277X_2 + 0,301X_3 + 0,295X_4 + 0,254X_5 \end{aligned}$$

Pengaruh Citra BPR Pada Kesenangan Nasabah simpanan di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama bahwa Citra BPR berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah tabungan Bank Perkreditan Rakyat Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Koefisien jalur citra BPR terhadap loyalitas

nasabah (P_{X5X1}) yaitu 0,335. Nilai koefisien ini signifikan karena nilai $t_{hitung}=6,340 > t_{tabel} \ 0,05 \ (1,66)$ dengan tingkat level sig $0,000 < 0,05$. Jadi bisa disimpulkan akibat langsung citra BPR pada loyalitas nasabah adalah sebesar 0,112 atau 11,2%.

Temuan penelitian ini sesuai dengan pendapat (Istijano, 2005) Perusahaan dengan citra atau reputasi yang baik akan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, meningkatkan daya saing, meningkatkan moral karyawan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dampak Kualitas Layanan Terhadap Nasabah Setia Simpanan Di BPR Lugas Dana Mandiri Cabang Solok.

Kualitas pelayanan berdampak penting kepada setia mendanai Bank Kredit Rakyat Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Koefisien jalur pelayanan yang baik pada loyalitas pengguna PYX_2 adalah 0,277.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,277 nilai sig $0,000 < 0,05$. Dikatakan bahwa pengaruh langsung

kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,077 atau 7,7 %.

Temuan penelitian ini sesuai dengan pendapat Wyckof dan Tjiptono dalam Chrisna & Artanti (2013) Pelayanan yang baik adalah posisi terbaik yang diharapkan dan diatur tingkat yang terbaik untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Pengguna Simpanan Di BPR Lugas Dana Mandiri Cabang Solok.

Nilai nasabah berdampak penting kepada loyalitas nasabah tabungan Bank Perkreditan Rakyat Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Koefisien jalur nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah PYX_3 adalah 0,301 maka H_0 ditolak H_a diterima, Pengaruh kadar pengguna pada kesetiaan nasabah sebesar 0,301 nilai signifikan $0,000 < \alpha \ 0,05$. Dikatakan bahwa pengaruh langsung nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,091 atau 9,1 %.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pandangan dalam Zeithaml Tinik Sugsiati (2012) bahwa nilai pelanggan didasarkan pada evaluasi

konsumen secara keseluruhan atas kegunaan barang atau jasa berdasarkan kesan yang diberikan.

Pengaruh Kepercayaan Kepada Kesetiaan Pengguna Simpanan Di BPR Lugas Dana Mandiri Cabang Solok

Kepercayaan berdampak penting kepada loyalitas nasabah tabungan Bank Perkreditan Rakyat Lugas Dana Mandiri Cabang Solok. Koefisien jalur kepercayaan terhadap loyalitas nasabah PYX_4 adalah 0,295 maka H_0 ditolak H_a diterima, Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,295 nilai sig 0,000 < α 0,05. Dikatakan bahwa pengaruh langsung kepercayaan terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,087 atau 8,7 %.

Temuan penelitian ini sejalan dengan pandangan Maria dalam Syaiful & Khuzaini (2015) maka kepercayaan merupakan dasar daribisnis, karena jika kedua belah pihak dalam suatu transaksi saling percaya maka akan terjadi transaksi.

Pengaruh Kepuasan Nasabah Pada Kesetiaan Nasabah Simpanan di BPR Lugas Dana Mandiri Cabang Solok

Kepuasan nasabah berdampak penting kepada loyalitas nasabah tabungan bank perkreditan rakyat lugas dana mandiri cabang solok. Koefisien jalur kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PYX_5 adalah 0,254 hingga H_0 ditolak H_a diterima, Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,254 nilai sig 0,000 < α 0,05. Dikatakan bahwa pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,064 atau 6,4 %.

Temuan penelitian ini sesuai dengan pendapat Kotler dalam Sukaatmadja (2014) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan yang bersangkutan.

Pengaruh Kualitas Layanan Pada Kepuasan Pengguna Simpanan di BPR Lugas Dana Mandiri Cabang Solok

Kualitas pelayanan berdampak penting kepada kesenangan nasabah

tabungan pada bank perkreditan rakyat lugas dana mandiri cabang solok. Koefisien pelayanan yang baik untuk pelanggan yang puas PX_5X_2 adalah 0,683 maka H_0 ditolak H_a diterima, Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,683 nilai $\text{sig } 0,000 < \alpha 0,05$.

Temuan penelitian ini sesuai dengan pendapat Quaquab dkk, dalam Bernadus (2019) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini menyiratkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan, maka semakin tinggi kepuasan nasabah. Kualitas jasa atau layanan dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir dengan kepuasan, hubungan tersebut secara teoritis maupun empiris adalah positif.

Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok

Nilai nasabah dampak penting kepada kepuasan nasabah tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri

Cabang Solok. Hasil analisis jalur pengaruh variabel nilai nasabah (X_3) terhadap variabel kepuasan nasabah (X_5) menunjukkan koefisien jalur $PX_5X_3 = 0,520$. Nilai $t_{hitung} = 8,169$.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pandangan Kotler (2007) bahwa *customer value* merupakan selisih antara total *customer value* dan total *customer cost*.

KESIMPULAN

Bersumber pada persoalan dan permasalahan riset maka pengkajian yang sudah dilakukan, kemudian bisa disimpulkan seperti:

1. Citra BPR berdampak positif dan penting kepada loyalitas nasabah tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok.
2. Kualitas pelayanan berdampak positif dan penting kepada loyalitas nasabah tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok.
3. Nilai nasabah berdampak positif dan penting kepada loyalitas nasabah tabungan pada Bank

- Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok.
4. Kepercayaan berdampak positif dan penting kepada loyalitas nasabah tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok.
 5. Kesenangan nasabah berdampak jelas dan penting kepada kesetiaan nasabah tabungan di BPR Lugas Dana Mandiri Cabang Solok.
 6. Kualitas pelayanan berdampak positif dan penting kepada kepuasan nasabah tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok.
 7. Nilai nasabah berdampak positif dan penting kepada kepuasan nasabah tabungan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Lugas Dana Mandiri Cabang Solok.
- Hidayat, R (2009). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal Manajemen Dan Wirausaha, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.Pp.59-72>
- Irda, Dkk (2013). *Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Sudirman Padang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta.
- Khotimah, K (2016) *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Dunkin' Donuts Di Surabaya Dan Sidoarjo)*. Bisma – Bisnis Dan Manajemen, 9 No 1, 43–55.
- Kotler (2016) *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Vario All Variant Di Service Center Honda Ahass Sukma Motor Jalan Sigura-Gura Barat Kota Malang)*. Manajemen Pemasaran. Dialihbahasakan Oleh: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga., 39(1), 87.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen*

DAFTAR PUSTAKA

- Chrisna Dan Artanti (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Nganjuk)*. Jurnal Ilmu Manajemen, 1, 1105–1116.

- Pemasaran*. Jakarta: PT Malanan Jaya Cemerlang.
- Purba, R. P. (2017) *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pt. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul)*. Jom Fisip, 4(2), 1–15.
- Saputro, D. (2017) *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Ogan Malang)*. E – Jurnal Riset Manajemenprodi Manajemen, 0(November 2016), 124–135. <https://doi.org/10.1123/Ijsb.8.1.1>
- Satriyanti Oktaviani, E. (2012) *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya*. Journal Of Business And Banking, 2(2), 171. <https://doi.org/10.14414/Jbb.V2i2.172>
- Syaiful, Mochamad, Khuzaini. 2015. *Pengaruh Relationship Marketing, Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono*. “Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen”. Vol. 4,. No. 12.
- Sugiati, Tinik, Armanu Thoyib, Djumilah Hadiwidjoyo, and Margono Setiawan. 2013. *The Role of Customer Value on Satisfaction and Loyalty (Study on Hypermart’s Customers)*.” International Journal of Business and Management Invention ISSN (Online 2 (6): 2319–8028.
- Utami, H. Y. (2014). *Pengaruh Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance Terhadap Loyalitas Pelanggan Berbelanja Pada Toko Tita Di Lubuk Buaya Kota Padang*. Economica, 3(1).