

Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang

Sutiyem¹⁾, Tika Arinda Fitri²⁾

^{1,2)} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perdagangan Padang
tikaarindha@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to (1) determine the effect of service quality on customer loyalty at Bank Syariah Mandiri Ulak Karang Padang Sub-Branch Office, (2) To determine the effect of trust on customer loyalty at Bank Syariah Mandiri Ulak Karang Padang Sub-Branch Office, (3)) To determine the effect of commitment on customer loyalty at Bank Syariah Mandiri Ulak Karang Padang Sub Branch Office, (4) To determine the effect of service quality, trust, and commitment to customer loyalty at Bank Syariah Mandiri Ulak Karang Padang Sub Branch Office. The variables used in this study are service quality, trustworthiness, and commitment as independent variables and customer loyalty as the dependent variable. This type of research is quantitative research, with descriptive causal. The sampling technique used purposive sampling. The number of samples used is 100 samples who are customers of Bank Syariah Mandiri Ulak Karang Padang Sub-Branch Office. The results of this study indicate that service quality, trust, and commitment have a positive and significant effect on customer loyalty. The adjusted R2 value is 0.814, then the contribution of the influence of service quality, trust, and commitment to customer loyalty is 81.4% and 18.6% is influenced by other variables not examined in this study. This means that the three variables need to be considered and considered by the company.

Keywords: Service Quality, Trust, Commitment, Customer Loyalty

Detail Artikel:

Disubmit : 29 Juli 2021

Disetujui : 18 Maret 2022

DOI:10.31575/jp.v5i3.371

PENDAHULUAN

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kemajuan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk. Masyarakat menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas pelanggan

dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan/bank lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan produk dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan nasabah sehingga terbentuklah nasabah yang loyal.

Konsep kualitas telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan suatu bank, karena apabila nasabah merasa bahwa kualitas layanan diterima baik maupun sesuai harapan, maka nasabah akan merasa puas, percaya dan berkomitmen terhadap pembelian barang dan jasa serta semakin loyal terhadap barang dan jasa tersebut. Pada akhirnya terbentuklah hubungan jangka panjang antara Bank dengan nasabah, hubungan dengan nasabah dimaksudkan untuk terciptanya loyalitas terhadap perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (sugiyono, 2015) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *causal deskriptif*, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Pembantu Ulak Karang Padang yang beralamat di Jl.S.Parman No.145 A. Kel. Ulak Karang Selatan Kota Padang, Sumatera Barat. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari hingga Maret 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah menggunakan jasa tabungan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang yang tidak diketahui jumlahnya karena memang tidak ada data statistik nasabah yang dipublikasikan.

Sampel

Sampel adalah Menurut (Sugiyono, 2012) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu

Jenis Data

Berdasarkan Sumber data

Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner yang bisa dilakukan peneliti data primer penelitian ini berupa kuesioner yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dari responden yaitu data mengenai variabel tentang kualitas peayanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kualitas Layanan...(Sutiyem, Fitri)

ISSN: 2556 - 2278

Berdasarkan Teknik Pengumpulan Data

Metode ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yaitu mengajukan daftar pertanyaan kepada responden.

Variabel Penelitian

(Sugiyono, 2010) mendefinisikan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah loyalitas nasabah yang dilambangkan dengan Y.

Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini terdiri dari :

1. Kualitas layanan (X_1) yaitu Kualitas layanan adalah kualitas jasa sebagai, evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. tingkatan mutu dari suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain menyangkut produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu melebihi dan atau memenuhi harapan anggota.
2. Kepercayaan (X_2) yaitu keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra bertukar yang dipercayai.
3. Komitmen (X_3) yaitu unsur perilaku sebagai upaya untuk mempertahankan dan menjaga hubungan jangka panjang antara kedua belah pihak agar hubungan ini lebih bermakna.

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan menjadi sebuah informasi (Kuncoro, 2003). Analisis deskriptif digunakan mendeskripsikan profil responden, nilai rata-rata variabel loyalitas nasabah, kualitas layanan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah serta distribusi frekuensi jawaban responden terhadap masing-masing pertanyaan pada variabel penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan menggunakan regresi linier berganda (Riduwan dan Akdom, 2007)

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Interpretasi lain adalah bahwa R^2 diartikan sebagai proporsi variasi tanggapan yang diterangkan oleh regresor (variabel bebas), dengan demikian, jika $R^2 = 1$ akan mempunyai arti bahwa hubungan semua variabelitas, jika $R^2 = 0$ akan mempunyai arti bahwa tidak ada hubungan antara variabel (X) dengan variabel (Y).

Uji Hipotesis

Pengujian Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji apakah hipotesis pada penelitian ini diterima atau ditolak. Hipotesis dibagi menjadi dua jenis yaitu hipotesis penelitian dan hipotesis statistik. Hipotesis penelitian dipakai jika yang diteliti populasi dan dalam pembuktiannya tidak ada signifikansi, sedangkan hipotesis statistik dipakai jika yang diteliti sampel dan dalam pembuktiannya ada signifikansi. Hipotesis yang diuji terdiri dari dua macam yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

Pengujian Simultan (Uji F)

Hasil pengujian secara simultan (Uji F) digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Teknik pengujiannya dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{table} pada taraf signifikansi 0,05 dan taraf kepercayaan (*level of confidence*) sebesar 95%.

PEMBAHASAN

Menurut Arikunto (2010) total pencapaian responden merupakan suatu ukuran untuk menghitung masing-masing kategori jawaban dari deskriptif variabel. Untuk menginterpretasikan jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan, sebagai acuan tabel kriteria pengklasifikasikan rata-rata jawaban responden sebagai berikut:

Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator dan juga perhitungan skor untuk variabel kualitas layanan, kepercayaan, komitmen dan loyalitas nasabah. Berikut ini merupakan deskriptif dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), komitmen (X_3) dan dependen yaitu loyalitas nasabah (Y)

Distribusi Frekuensi Tingkat Capaian Responden (TCR) Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel loyalitas nasabah terdiri atas empat indikator, setiap indikator memiliki pernyataan untuk mendeskripsikan variabel loyalitas nasabah (Y) pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang. Distribusi frekuensi Tingkat Capaian Responden (TCR) disajikan pada tabel 4.10

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk membahas dan menganalisa permasalahan, maka digunakan rumus dan pendekatan regresi linear berganda (*multiple regression*). Adapun regresi linear berganda (*multiple Regression*) dalam penelitian menggunakan bantuan SPSS 18,0 for windows.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2,857	1,786
KualitasLayanan (X ₁)	0,237	0,080
Kepercayaan (X ₂)	0,285	0,125
Komitmen (X ₃)	0,406	0,102

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2020

Pengujian Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen (ghozali, 2005). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² dapat di lihat pada tabel di bawah ini

Hasil Uji T

Uji hipotesis pada penelitian ini dengan menggunakan uji t. Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel lain dianggap konstanta dengan tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$ (0,05). Uji t dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 18,0 for windows. Berdasarkan analisis tersebut diperoleh nilai t sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Statistik t

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Sg.	α	Hasil
Kualitas Layanan (X ₁)	2,964	1,980	0,004	0,05	H ₁ diterima
Kepercayaan (X ₂)	2,269	1,980	0,026	0,05	H ₂ diterima
Komitmen (X ₃)	3,968	1,980	0,000	0,05	H ₃ diterima

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Hasil Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji atau mengetahui pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang sebanyak 100 orang yang memenuhi karakteristik sampel. Dari 100 orang responden terdapat 46 orang responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa, berdasarkan umur dominasi oleh responden yang berumur 26-35 tahun yakni sebanyak 49 orang responden, berdasarkan penghasilan didominasi oleh responden yang memiliki penghasilan di atas Rp.3.000.000,- yakni sebanyak 38 orang responden.

Tingkat capaian responden (TCR) loyalitas nasabah (Y) mempunyai kriteria cukup baik dengan rata-rata 75,32%, Kualitas layanan mempunyai kriteria yang cukup baik dengan rata-rata 73,37%, kepercayaan mempunyai kriteria yang cukup

baik dengan rata-rata 70,07%, dan komitmen mempunyai kriteria cukup baik dengan rata-rata 69,96%.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan regresi linear sederhana yang dilakukan maka dapat dijelaskan bahwa setiap peningkatan kualitas layanan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah. Hasil uji t persial menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah karena nilai signifikan sebesar $0,004 < \alpha 0,005$ dan t hitung sebesar $2,964 > t$ tabel 1,980.

Kualitas layanan yang diberikan berupa pelayanan yang ramah, fasilitas yang bersih, kesesuaian layanan dengan prinsip syariah, serta penampilan fisik yang menarik dari karyawan Bank Syariah maka akan meningkatkan loyalitas nasabah dari Bank Syariah. Sejalan dengan pendapat Kotler & Killer (2009) yang menjelaskan bahwa pelanggan yang mempersepsikan kualitas layanan yang baik maka akan merasa puas.

Hubungan kualitas layanan dengan loyalitas nasabah sangat penting yaitu dikemukakan oleh (Kotler, 2005) dimana kualitas layanan merupakan faktor penting untuk mempertahankan nasabah untuk tidak berpindah pada bank lain. Bank harus berusaha sebaik mungkin menciptakan dan meningkatkan loyalitas nasabahnya dengan memberikan layanan yang berkualitas.

Kualitas layanan yang dimaksud terdiri dari kelengkapan dan tampilan fisik layanan yang ada di bank (*tangibles*), proses pelayanan yang yang cepat dan akurat (*reliability*), cara petugas bank yang tanggap, sopan dan ramah ketika melayani nasabah (*responsiveness*), terjaminnya kerahasiaan data nasabah, penyelesaian komplain sesuai yang dijanjikan, serta adanya perhatian tulus yang ditunjukkan oleh petugas bank atas keluhan nasabah

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini (2016) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan regresi linear sederhana yang dilakukan maka dapat dijelaskan bahwa setiap peningkatan kepercayaan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah. Hasil uji t persial menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah karena nilai signifikan sebesar $0,026 < \alpha 0,005$ dan t hitung sebesar $2,269 > t$ tabel 1,980.

Hubungan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah sangat penting yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) dimana kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis yang merupakan bagian yang sangat penting bagi kesuksesan bagi sebuah perusahaan. Jika bank mendapat masalah yang berupa pelayanan yang lambat atau komplain dari nasabahnya dan pihak bank dapat menyelesaikan dengan memberikan pelayanan yang cepat dan mudah bagi nasabahnya dan cepat tanggap dalam menangani komplain dari nasabahnya, maka bank tersebut akan dipercayai oleh nasabahnya dan secara otomatis bank tersebut akan memperoleh kepercayaan yang baik oleh nasabahnya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian dari Riven Agustin dan Antonio E.L.Nyoko (2018) dengan judul penelitian “pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada Bank perkreditan rakyat tanaoba lais menekat kota kupang”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan loyalitas nasabah perlu ditingkatkan kepercayaan dengan cara menimbulkan keyakinan keandalan merek, dan niat menggunakan merek dan keunikan asosiasi merek sehingga terbentuklah keyakinan dan timbul sebuah kepercayaan terhadap produk yang dikeluarkan.

Pengaruh Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan regresi linear sederhana yang dilakukan maka dapat dijelaskan bahwa setiap peningkatan kepercayaan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah. Hasil uji t persial menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah karena nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha < 0,005$ dan t hitung sebesar $3,968 > t \text{ tabel } 1,980$.

Hubungan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah sangat penting yang dikemukakan oleh (Jasfar, 2005) dimana komitmen merupakan suatu sikap yang merupakan niat untuk mempertahankan keterbukaan jangka panjang. Demikian juga dalam hubungan penyedia jasa dan pelayanan, komitmen didefinisikan sebagai suatu janji sekaligus menjadi kecenderungan untuk melawan perubahan preferensi yang menjadi sebuah kunci untuk loyalitas yang dimana sebagian besar dijelaskan oleh keinginan pelanggan untuk mengidentifikasi pemilihan suatu merek / jasa layanan yang dipilih oleh pelanggan atau nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Ahmad Nasir dengan judul penelitian “Pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah Bank tabungan pensiunan nasional Syariah Cabang Probolinggo” yang membuktikan bahwa kepercayaan yang ada akan membentuk sebuah komitmen dan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen secara bersama-sama Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang

Hasil uji F menunjukkan diketahui bahwa dengan F hitung sebesar 140014 $> F \text{ tabel } 2,70$, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya Kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen secara simultan atau secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka disimpulkan:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang. Artinya, agar loyalitas nasabah meningkat, maka sebaiknya kualitas layanan juga harus ditingkatkan agar terbentuknya loyalitas nasabah.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang. Artinya, agar loyalitas nasabah meningkat maka Bank Syariah Mandiri juga harus bisa membuat nasabah bisa percaya akan merek dan produk yang dikeluarkan.
3. Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang. Artinya, agar jika kepercayaan nasabah ada terhadap Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang maka terbentuklah sebuah komitmen nasabah terhadap Bank tersebut.
4. Kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang
5. Kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen mampu mempengaruhi loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang sebesar 81,4%. Sisanya sebesar 18,6% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saepul. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharmi. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Riduwan, Akdom. 2007. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Barnes, J, G. 2003. *Secret Of Costumer Relatonship Manajement (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.
- Bilal, Afsar.2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Buttle, Francis. 2012. *Costumer Relationship Marketin*. Bayu Media. Publishing.
- Endang, Mulyatiningsih. 2013. *Metode Penelitian terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Flavian dan Giunaliu.2007. Measure on web usability Website. *Journal of Computer Information Systems*. Vol.48. No.1, hal.17-23.
- Flavian dan Giunaliu.2007. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Fakhrudin, dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, komitmen, kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dan kepuasan sebagai intermediasi *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan* Vol.2 No.1 Hal 227-238.

- Freddy, Rangkuti. 2002. *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Gaffar, Vanessa. 2007. *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivarrate dengan SPSS*. Semarang: UNDIP
- Griffin, Jill. 2003. *Marketing Manajement*. Mc.Graw Hill, Seventh Edition. New York.
- Haryani. 2017. Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah pada Tabungan Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK Kantor Cabang Khatib Sulaiman. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.4. No.2. Hal 124-138.
- Hurriyati, Ratihh. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Istijianto, 2005. *Aplikasi Praktik Riset Pemasaran*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Jahroni. 2009. Pagaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan, Komitmen, Kepercayaan Pada Bank Central Asia Tbk. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik (JAMBSP)*. Vol.5. No.3. Hal. 235-247.
- Jasfar, Farida. 2005. *Manajemen Jasa. Pendekatan Terpadu*. Ciawi Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philips. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philips. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philips. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Moenir, A.S. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasir, Ahmad. 2018. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap loyalitas Nasabah Bank tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol.3 No.2. Hal 23-34.
- Ndubisi, Nelson Oly. 2007. *Relationship Marketing and Customer Loyalty, Marketing intelligence & Planning*. Bandung: Alfabeta.
- A.Parasuraman. 2001. The Behavioral Consequences of service quality. *Jurnal Of Marketing*. Vol 60.No.5.Hal.17-25.
- Pramana, I Gede Yogi dan Ni Made Rostini. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen UNUD*. Vol.5.No.1.Hal.37-48.
- Setiawan, Budi Mulyo dan ukudi. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap loyalitas nasabah pada bank BPR Bank Pasar Kendal. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Hal.215-227.

- Riven Agustin dan Antonio E.L. Nyoko. 2018. Pengaruh Kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada Bank Perkreditan Rakyat Tanaoba Iais Menekat Kota Kupang. *Jurnal Of Manajemen (SME)* Vol.7 No.2 Hal.147-165.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sadjana. 2003. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi bagi Peneliti*. Bandung: Tarsito.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT.Remaja Doskakarya.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia.