



### Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Cabang Pembantu Kota Padang

<sup>1</sup>Eliza, <sup>2</sup>Zefriyenni

Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK  
Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK  
[eliza@upiyptk.ac.id](mailto:eliza@upiyptk.ac.id), [zefriyenni@upiyptk.ac.id](mailto:zefriyenni@upiyptk.ac.id)

#### Abstract

*The banking business is a service business based on the principle of trust, so that the problem of service quality becomes a very decisive factor in business success. Economic progress affects people's lives. The increase in the social and economic status of the community results in changes in their behavior and lifestyle. These changes ultimately affect the taste of satisfaction with a product. This study aims to examine the effect of service quality, trust, and commitment, either partially or simultaneously on customer loyalty at Bank Syariah Mandiri Sub-Branch Office Ulak Karang Padang. Based on the results of the study, it was found that, either partially or simultaneously, it has an influence between service quality, trust, and commitment to customer loyalty. Likewise, the variance up and down the influence of the independent variable on the dependent variable is 81.4 percent, meaning that it has a very strong influence.*

*Keywords: Customer Loyalty, Service Quality, Trust, Commitment.*

#### Abstrak

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. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen, baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh diantara kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah. Begitu juga variansi naik turunnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya sebesar 81,4 persen, artinya memiliki pengaruh yang sangat kuat.

Kata kunci: Loyalitas Nasabah, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen.

© 2022 Jurnal IJMB

#### 1. 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.

Menurut UU RI Tahun 1992 Pasal 1 Ayat 1 yang mengatur tentang perbankan memberikan definisi tentang Bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang adalah salah satu Bank yang memakai sistem syariah dalam operasionalnya. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang memiliki beberapa Kantor Cabang dan Kantor Kas. Salah satunya adalah Bank syariah Mandiri Kantor Cabang Ulak Karang di bawah naungan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang. Dari hasil wawancara langsung dengan ibu “Indah” yang menempati posisi sebagai *Customer service* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 20 November

2019 bahwa Bank Syariah Mandiri mempunyai reputasi yang cukup baik.

Terbukti pada tabel TBI (Top Brand Index) sebagai berikut:

Tabel 1. Top Brand Index Bank Syariah Mandiri Tahun 2015-2019

Nama Bank	Tahun									
	2015		2016		2017		2018		2019	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
Bank Muamalat	10,8%		10,5%		13,3%		4,2%		4,7%	
Bank Syariah Mandiri	27,4%	TOP	31,5%	TOP	26,1%	TOP	27,6%	TOP	21,2%	TOP
BRISyariah	28,5%	TOP	26,4%	TOP	22,9%	TOP	27,5%	TOP	29,1%	TOP
BNSSyariah	13,5%	TOP	15,9%	TOP	15,2%	TOP	27,0%	TOP	20,0	TOP
BCASyariah	9,5%		3,6%		3,8%		6,5%		15,4%	

Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) 2020

Berdasarkan Tabel.1 diatas disimpulkan dari tahun 2015 – 2019 Bank yang menduduki TBI No. 1 adalah Bank BNI Syariah sebanyak dua kali yaitu pada tahun 2015 dan 2019, namun Bank Syariah Mandiri mendapatkan posisi No.1 sebanyak tiga kali yaitu dari tahun 2016 sampai 2018. Namun Bank Syariah Mandiri tetap mendapatkan *top brand award* tiap tahun, hal ini membuktikan kepercayaan nasabah pada perusahaan cukup baik dan kepercayaan terbentuk dari kepuasan nasabah yang kemudian menjadi indikasi awal terbentuknya kesetiaan nasabah. Sedangkan kesetiaan nasabah merupakan suatu tahap pencapaian yang menguntungkan bagi perusahaan yang menunjukkan konsistensi hubungan konsumen dan perusahaan.

Pelayanan secara langsung dapat dirasakan oleh para nasabah pihak Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang menyadari bahwa hal utama yang senantiasa terjaga adalah harus mampu memberikan rasa aman kepada nasabahnya terkait dana yang disimpan dan yang di kelola. Dalam hal penghimpun dana masyarakat, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang mempunyai produk yang merupakan salah satu sumber dana terbesar adalah tabungan, deposito dan giro. Dalam upaya mempertahankan kesetiaan para nasabahnya, salah satu hal yang penting ialah menjalin hubungan komunikasi yang baik. Dengan adanya

komunikasi yang baik ini, pihak bank akan terus menggali segala sesuatu yang diinginkan maupun dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah sehingga nasabah dapat menjalin komitmen yang baik dengan baik.

Tabel 2. Data Jumlah Nasabah Tabungan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
2014	3360	-
2015	2870	-4,9 %
2016	2210	-6,6 %
2017	1970	-2,4 %
2018	2560	5,9 %

Sumber : Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang Padang 2019

Berdasarkan Tabel.2 dapat dilihat jumlah nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang mengalami penurunan dari tahun 2014 sampai 2017 dan mengalami kenaikan jumlah nasabah pada tahun 2018 jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2017 sebesar 5,9%. Penyebab kenaikan jumlah nasabah pada tahun 2018 dikarenakan mahasiswa IAIN membuka rekening baru untuk pembiayaan uang kuliahnya.

## 2. Metode 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.

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.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (sugiyono, 2010), penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian, jadi apabila sebuah penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

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.

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.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus (Riduwan, 2004) sebagai berikut:

$$n = \left( \frac{Z\alpha / 2\sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

N : Jumlah Sampel

Z $\alpha$ /2 : Nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan

$\Sigma$  : Standar Deviasi

E : Kesalahan Penarikan Sampel

Tingkat kepercayaan dalam penelitian ini sebesar 95%, standar error kurang dari 0,05 maka nilai  $Z_{\alpha/2} = 1,96$ , dan standar deviasi populasi adalah sebesar 0,25 maka jumlah sampel dari penelitian ini adalah:

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left( \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan penghitungan dalam penelitian di atas maka diperoleh jumlah sampel sebesar 96 orang (responden). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sejumlah 100 responden dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang lebih *representative*.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu mengambil responden yang mudah dijumpai dan memenuhi kriteria untuk dijadikan responden penelitian (Istijianto, 2005). Sampel dalam penelitian ini memiliki karakteristik antara lain:

1. Nasabah Tabungan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang.
2. Nasabah Tabungan yang berumur minimal 19 tahun dan telah memiliki rekening di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang.

Dalam penelitian ini definisi operasional variabel ini digunakan untuk menjelaskan karakteristik yang diamati dalam rangka mengukur variabel. Dimana pengukuran variabel adalah penentuan besaran, dimensi, atau kapasitas, biasanya terhadap satuan pengukuran. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada empat yaitu Kualitas Layanan ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), Komitmen ( $X_3$ ) sebagai variabel bebas atau independen dan Loyalitas Nasabah sebagai variabel tidak bebas atau dependen ( $Y$ )

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.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Tabel 3  
Hasil Olahan Data

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2,857	1,786
Kualitas Layanan ( $X_1$ )	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*

Dari tabel 4.14 di atas dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$$

$$Y = 2,857 + 0,237 X_1 + 0,285 X_2 + 0,406 X_3$$

Keterangan:

$Y$  = Loyalitas Nasabah

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi Kualitas Layanan

$X_1$  = Kualitas Layanan

$b_2$  = Koefisien Regresi Kepercayaan

$X_2$  = Kepercayaan

$b_3$  = Koefisien Regresi Komitmen

$X_3$  = Komitmen

1. Konstanta bertanda positif yaitu 2,857, artinya tanpa adanya pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen, loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang tetap ada.
2. Koefisien regresi kualitas layanan bertanda positif yaitu 0,237, artinya kualitas layanan arah pengaruhnya positif terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang, maka apabila kualitas layanan meningkat maka loyalitas nasabah akan meningkat dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.
3. Koefisien regresi kepercayaan bertanda positif yaitu 0,285, artinya kepercayaan arah pengaruhnya positif terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang, maka apabila kepercayaan meningkat maka loyalitas nasabah akan meningkat dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.
4. Koefisien regresi komitmen bertanda positif yaitu 0,406, artinya komitmen arah pengaruhnya positif terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang, maka apabila komitmen meningkat maka loyalitas nasabah akan meningkat dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

#### **Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen (ghozali, 2005). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  dapat di lihat pada tabel di bawah ini

**Tabel Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model</b>	<b>R Square</b>
<b>1</b>	0,814

*Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2020*

Dari tabel di atas diperoleh nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,814. Hal ini berarti bahwa persentase pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang sebesar 81,4% sedangkan selebihnya 18,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

#### **4. Kesimpulan**

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
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.

Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang

#### Daftar Rujukan

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 Relationship Manajement (Rahasia Manajement Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.

Bilal, Afsar.2010. *Manajement 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. *Manajement 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. *Costumer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.

Ghozali,Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivarrate dengan SPSS*. Semarang: UNDIP

\_\_\_\_\_. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponogoro.

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. *Pegaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan, Komitmen, Kepercayaan Pada Bank Central Asia Tbk*. *Jurnal Akunntansi,Manajement Bisnis dan Sektor Publik (JAMBSP)*. Vol.5. No.3, Hal.235-247.

Jasfar, Farida. 2005. *Manajement Jasa.Pendekatan Terpadu*. Ciawi Bogor: Ghalia Indonesia.

Kotler, Philips. 2005. *Manajement Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.

\_\_\_\_\_. 2003. *Manajement Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philips. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasarn Manajement*. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajement Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

\_\_\_\_\_. 2002. *Manajement Perbankan, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.

\_\_\_\_\_. 2010. *Dasar- dasar Ekonomika Pembangunan*. Yogyakarta: Erlangga.

Moenir,A,S. 2010. *Manajement 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 Manajement* Vol..3 No.2.Hal 23-34.

Ndubisi, Nelson Oly. 2007. *Relationship Marketing and Costumer Loyalty, Marketing intelligence & Planning*. Bandung: Alfabeta.

A.Parasuraman. 2001. *The Behaviorial Consequenses 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 Mananjement 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.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sadjana. 2003. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi bagi Peneliti*. Bandung: Tarsito.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Manajemen Hubungan Pelanggan*. Jakarta: Carvana.
- Umar, Husein. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Menurut UU RI Tahun 1992 Pasal 1 Ayat 1. [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) diakses pada Senin tanggal 20 Januari 2020 Pukul 11.20 WIB.