

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Mandiri KCP Jamika Bandung**

**Hengki Febrianto\*, Ramayani Yusuf**

Politeknik Piksi Ganesha. Jl. Gatot Subroto No.301, Maleer, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40274

\*Correspondence Email: [hengkifebrianto9@gmail.com](mailto:hengkifebrianto9@gmail.com)

**Abstract.** *This study entitled the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at PT. Bank Mandiri KCP Jamika Bandung. This study aims to determine the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at PT. Bank Mandiri KCP Jamika Bandung. Researchers used quantitative methods with a descriptive approach. Data collection techniques using questionnaires, interviews, and literature study. The sample size was taken as many as 87 respondents. The results of this study found that the service quality has a partial effect of  $0.000 < 0.05$ . In addition, customer satisfaction does not have a partial effect of  $0.325 > 0.05$ . For service quality and customer satisfaction have a simultaneous effect with the obtained f-table value has a large effect  $59.24 > 3.11$  on customer loyalty. Thus, the coefficient of determination obtained at the R square value is 0.587 or 5.87% with the remaining 41.3% caused by other elements that are not present in this study at PT. Bank Mandiri KCP Jamika Bandung.*

**Keywords :** *Service Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty*

### **Pendahuluan**

Pemasaran jasa sangat penting dalam perkembangan perusahaan, pemasaran jasa ialah aktivitas industri yang ditujukan kepada konsumen guna untuk memenuhi kebutuhannya. bertepatan semakin bertumbuhnya perekonomian, pemasaran jasa telah memegang peranan penting bagi suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas industri perusahaannya, Bank senantiasa berupaya menambah jumlah permintaan jasa dari para nasabahnya, supaya tujuan perusahaannya tercapai. Dengan begitu jasa perbankan harus mempunyai kualitas mutu yang memuaskan (Rabiula et al., 2019). Seiring makin ketatnya persaingan perbankan, sehingga makin sulit juga pihak Bank guna memelihara kebaktian nasabah supaya tak pindah ke Bank lain. Untuk meningkatkan dan mempertahankan nasabah, sehingga Bank harus mempertahankan kesan pelayanan yang bagus di depan nasabah. Untuk menarik atensi dan mempertahankan nasabah, bank harus memberikan pelayanan terbaik dalam menawarkan produk dan jasanya (Jeany, 2020). Untuk mempertahankan citra ini perusahaan terus berupaya dalam membangun kualitas produk, kualitas pelayanan serta keamanan yang terbaik, sehingga dalam meningkatkan citra positif ini perbankan harus mempersiapkan karyawan yang mempunyai keahlian bagus untuk bisa menyelesaikan semua kebutuhan nasabahnya dengan pelayanan prima.

Maka dari itu setiap bank harus melakukan pelayanan prima yaitu dengan memberikan kenyamanan dan keamanan terhadap nasabah dalam melakukan transaksi agar pelayanan tersebut memuaskan. Dengan terwujudnya rasa puas atas kemauan nasabah baik secara langsung ataupun tidak langsung nasabah bisa mempunyai sifat loyalitas, memiliki nasabah yang loyalitas merupakan keinginan semua bank, dengan adanya itu perusahaan akan mendapatkan keuntungan (Mawarni et al., 2020). Banyak peneliti terdahulu yang melakukan pengujian, antara lain dilakukan oleh (Rabiula et al., 2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Pt. Bank Permata Tbk menemukan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Sementara itu komitmen serta kerja keras PT Bank Mandiri Tbk dalam penerapan *good corporate governance* (GCG), Bank Mandiri membuktikan konsistensinya untuk meningkatkan karyawan dan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Dalam Konsistensi tersebut MRI (Marketing Research Indonesia) serta Majalah Infobank memberikan penghargaan “The Best Bank Service Excellence” 10 Tahun secara berturut-turut kepada Bank Mandiri pada tahun 2017 (Annual Report Bank Mandiri, 2017, p. 48). Selaku bank ternama di Indonesia, PT Bank Mandiri Tbk diharapkan bisa memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dan menjadikan kualitas pelayanan sebagai prioritas utama kepada nasabah sesuai tag line “Terdepan, Terpercaya, Tumbuh Bersama Anda”, agar dapat bisa bersaing dengan bank-bank yang lain. Apabila nasabah memerlukan jasa dari bank dan bank memberikan pelayanan yang memuaskan maka nasabah merasa diperhatikan dan diistimewakan, sedangkan kepuasan dan kualitas pelayanan dapat membentuk suatu loyalitas dari nasabah (Rachmatiwi et al., 2015).

(Tjiptono, 2012) mengemukakan kualitas pelayanan ialah tingkat seberapa bagusnya pelayanan yang mampu diberikan untuk menginterpretasikan ekspektasi pelanggan Parasuraman, Zeithaml, & Berry dalam (Mutmainnah,

2018) ada lima dimensi yang telah dikembangkan untuk membentuk kualitas pelayanan diantaranya 1) *tangibility* ialah bentuk nyata layanan, yang bisa mencakup kebersihan dalam ruangan, inovasi peralatan atau sarana fasilitas fisik lainnya. 2) *reliability* ialah penyediaan layanan oleh pihak penyedia jasa terkait. 3) *responsiveness* ialah kesiapan pegawai dalam menolong konsumen bila mengalami kesusahan ataupun tidak. 4) *assurance* ialah menjamin pelayanan yang diberikan oleh perusahaan melalui pegawainya dengan sopan santun, ramah dan memadai kepada konsumen. 5) *empathy* merupakan rasa kepedulian kepada konsumen oleh penyedia jasa. Menurut (Sangadji, 2013) mengemukakan kepuasan pelanggan ialah ungkapan perasaan senang serta kecewa setiap individu dalam merumpamaan antara kesan yang diberikan konsumen tentang tingkatan kinerja produk dan jasa riil atau nyata dengan kinerja sesuai ekspektasi. Indikator kepuasan pelanggan Kotler dan Keller dalam (Thung, 2019) kunci untuk menjaga pelanggan agar tetap bertahan yakni kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen bisa dilihat: 1) *Expectations* yakni untuk melihat mutu barang dan jasa yang dibagikan sama dengan yang ditawarkan dan diminta oleh konsumen. 2) *Performance* adalah kinerja pelayanan yang dirasakan oleh konsumen untuk memberikan kepuasan.

(Kotler & Keller, 2016) mengatakan loyalitas yakni keinginan yang mengakar pada waktu yang akan datang untuk kembali membeli produk dan jasa yang diinginkan walaupun keadaan serta upaya pemasaran dapat mengakibatkan perubahan pada pelanggan. Indikator menurut (Kotler & Keller, 2016) dari loyalitas yakni kembali membeli ulang produk (*repeat purchase*), resistensi pada efek negatif dari perusahaan (*retention*), dan total referensi keberadaan perusahaan (*referalls*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah studi kasus di Bank Mandiri KCP Jamika Bandung.

## Metode

Metodologi penelitian adalah gabungan tata cara yang digunakan untuk mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu menurut (Suryana, 2010) Metode riset ini ialah metode penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengambilan data tersebut menggunakan kuesioner, wawancara serta studi pustaka yang nantinya data tersebut diolah, diproses dan akan di tarik menjadi sebuah kesimpulan. Metode penelitian kuantitatif, menurut (Silaen, 2018) Penelitian Kuantitatif merupakan tata cara riset yang menciptakan informasi data berbentuk angka-angka serta biasanya dianalisis dengan memakai statistik deskriptif ataupun inferensial. Sedangkan penelitian deksriptif menurut (Sujarweni, 2014) menyebutkan bahwa Penelitian deskriptif yakni riset yang dikerjakan guna memahami nilai variabel masing-masing, baik satu variabel maupun lebih yang bersifat independen, dengan tidak membentuk ikatan dan perbandingan variabel lainnya. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2021 sampai Bulan Mei 2021, objek riset ini dilakukan di PT. Bank Mandiri Tbk. (KCP) Jamika Bandung Jalan Jamika No.33 C, Jamika, Kota Bandung Jawa Barat. Populasi riset ini ialah nasabah tabungan PT. Bank Mandiri KCP Jamika Bandung yang sudah pernah menjadi nasabah minimal 2 tahun yang berjumlah 475 orang, sampel dalam riset ini yakni nasabah yang aktif melakukan transaksi tabungan lebih dari 2 tahun. Berdasarkan rumus Slovin, dengan *margin of error* yang ditetapkan 10% atau 0,1, maka jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini sebanyak 83 sampel.

Objek penelitian ini yaitu X1 dan X2 sebagai variabel bebas dan Y sebagai variabel terikat.

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Jamika Bandung.

H2: Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Jamika Bandung.

H3: Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Jamika Bandung.

## Hasil

### *Uji validitas*

Suatu kuesioner diukur valid atau tidaknya dengan menggunakan uji validitas. Sebuah instrumen atau kuesioner yang berupa pertanyaan dapat dinyatakan valid ketika kuesioner atau instrumen dapat membuktikan hasil yang diukur oleh uji validitas tersebut (Ghozali, 2018). Pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid, hasil ini didasarkan pada nilai signifikan 5 % atau lebih dari 0,05. Sehingga, apabila nilai sig > dari 0,05 dan nilai Rhitung > Rtabel berarti data valid.

**Tabel 1.**  
**Uji Validitas Variabel X1 dan X2**

| Variabel                | Pernyataan | R - hitung | R - tabel | Hasil |
|-------------------------|------------|------------|-----------|-------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | X 1.1      | 0.508      | 0.2133    | VALID |
|                         | X 1.2      | 0.441      |           |       |
|                         | X 1.3      | 0.408      |           |       |
|                         | X 1.4      | 0.516      |           |       |
|                         | X 1.5      | 0.559      |           |       |
|                         | X 1.6      | 0.679      |           |       |
|                         | X 1.7      | 0.599      |           |       |
|                         | X 1.8      | 0.630      |           |       |
|                         | X 1.9      | 0.711      |           |       |
|                         | X 1.10     | 0.542      |           |       |
|                         | X 1.11     | 0.610      |           |       |
|                         | X 1.12     | 0.422      |           |       |
|                         | X 1.13     | 0.629      |           |       |
|                         | X 1.14     | 0.604      |           |       |
|                         | X 1.15     | 0.453      |           |       |
|                         | X 1.16     | 0.644      |           |       |
|                         | X 1.17     | 0.607      |           |       |
|                         | X 1.18     | 0.670      |           |       |
|                         | X 1.19     | 0.574      |           |       |
| Variabel                | Pernyataan | r-hitung   | r-tabel   | Hasil |
| Kepuasan Pelanggan (X2) | X 2.1      | 0.542      | 0.2133    | VALID |
|                         | X 2.2      | 0.572      |           |       |
|                         | X 2.3      | 0.613      |           |       |
|                         | X 2.4      | 0.659      |           |       |
|                         | X 2.5      | 0.644      |           |       |
|                         | X 2.6      | 0.720      |           |       |

Sumber: data olahan

**Tabel.2**  
**Uji Validitas Variabel Y**

| Variabel                | Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Hasil |
|-------------------------|------------|----------|---------|-------|
| Loyalitas Pelanggan (Y) | Y.1        | 0.528    | 0.2133  | VALID |
|                         | Y.2        | 0.641    |         |       |
|                         | Y.3        | 0.630    |         |       |
|                         | Y.4        | 0.563    |         |       |
|                         | Y.5        | 0.652    |         |       |
|                         | Y.6        | 0.720    |         |       |
|                         | Y.7        | 0.648    |         |       |

Sumber: data olahan

Tabel.1 serta 2 hasil uji validitas menggunakan SPSS v26 menunjukkan variabel yang diuji dikatakan valid bahwa  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel} = 0.2133$  dengan ini variabel tersebut bisa dipakai sebagai variabel penelitian.

#### *Uji reliabilitas.*

Uji Reliabilitas bisa dipakai buat membuktikan kesesuaian variabel penelitian pada saat melakukan pengujian diwaktu yang berbeda untuk mendapatkan informasi yang sama. Menguji reliabilitas bisa dilakukan dengan melihat besarnya nilai Cronbach alpha sebesar  $> 0,60$  dengan begitu variabel dapat dinyatakan reliabel (Ghozali, 2011).

**Tabel.3**  
**Uji Reliabilitas**

| Variabel                 | Cronbach Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized | Hasil    |
|--------------------------|----------------|----------------------------------------|----------|
| Kualitas Pelayanan (X 1) | 0,885          | 0,60                                   | RELIABEL |
| Kepuasan Pelanggan (X 2) | 0,685          |                                        |          |
| Loyalitas Pelanggan (Y)  | 0,735          |                                        |          |

Sumber: data olahan

Tabel.3 uji reliabilitas dinyatakan reliabel, karena angka menunjukkan lebih dari 0,60 yang didasarkan atas

standar nilai Cronbach Alpha.

#### Uji Normalitas

Uji ini digunakan sebagai verifikasi apakah variabel pengganggu ataupun residual berdistribusi normal dalam bentuk regresi. “Untuk mengukur uji normalitas ini digunakan rumus Kolmogorov-Smirnov dengan syarat nilai sig > dari 0,05, data bisa dinyatakan berdistribusi normal dan sebaliknya” (Ghozali, 2018, p. 161).

**Tabel.4**  
**Uji Normalitas**

|                                  |                         |                   |
|----------------------------------|-------------------------|-------------------|
| N                                |                         | 83                |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean                    | .0000000          |
|                                  | Std. Deviation          | 1.88569890        |
| Most Extreme Differences         | Absolute                | .104              |
|                                  | Positive                | .073              |
|                                  | Negative                | -.104             |
| Test Statistic                   |                         | .104              |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                         | .026 <sup>c</sup> |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)      | Sig.                    | .303 <sup>d</sup> |
|                                  | 99% Confidence Interval | Lower Bound       |
|                                  |                         | Upper Bound       |

Sumber: data olahan

Tabel.4 hasil uji normalitas menggunakan SPSS v26 diketahui besar nilai dari signifikasi yaitu 0,26 yang telah diuji. Nilai signifikasi > 0,05 sehingga bisa dinyatakan bahwa variabel bebas dan terikat berdistribusi dengan normal.

#### Uji Regresi Linier Berganda

Riset ini memakai Teknik analisis regresi linear berganda, buat mendapati pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Ket : Y = Kinerja Karyawan;  $\alpha$  = Konstanta;  $\beta_1$  dan  $\beta_2$  = Koefisien Regresi;  $X_1$  = Motivasi;  $X_2$  = Disiplin Kerja e = Standard error

**Tabel.5**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)         | 3.426                       | 2.409      |                           | 1.422 | .159 |                         |       |
|       | Kualitas Pelayanan | .278                        | .050       | .671                      | 5.517 | .000 | .340                    | 2.939 |
|       | Kepuasan Nasabah   | .147                        | .148       | .121                      | .991  | .325 | .340                    | 2.939 |

Sumber: data olahan

$$\text{Hasil: } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e = 3,426 + (0,278 X_1) + (0,147 X_2) + e$$

Tabel.5 mempunyai persamaan regresi penelitian ialah:  $Y = 3,426 + (0,278 X_1) + (0,147 X_2)$ . Maka mampu diuraikan:

1. Nilai konstanta senilai 3,426 mempunyai makna bahwasannya kualitas pelayanan ( $X_1$ ) serta kepuasan nasabah ( $X_2$ ) yakni nol (0), hingga loyalitas nasabah (Y) akan senilai 3,426.
2. Nilai koef. regresi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki angka senilai 0,278 maknanya bila variabel bebas lainnya konstan serta kualitas pelayanan memperoleh peningkatan 1 persen ataupun satu poin, hingga loyalitas nasabah hendak memperoleh peningkatan senilai 0,278 atau 27,8 persen.
3. Angka koefisien regresi kepuasan nasabah ( $X_2$ ) memiliki angka positif yakni 0,147 maknanya bila variabel bebas lainnya konstan serta kepuasan nasabah memperoleh peningkatan 1 persen ataupun satu poin, hingga loyalitas nasabah akan memperoleh kenaikan senilai 0,147 atau 14,7 %.

#### Uji Parsial (t)

Uji t dapat digunakan buat mendapatkan informasi pengaruh tiap-tiap antar variabel independent terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018, p. 98). Pengujian uji t ini dilakukan ketentuan jika nilai signifikansi < dari 0,05 serta nilai t-hitung > dari t-tabel, dengan begitu hipotesis diterima. Tabel 5 berdasarkan analisis data SPSS v.26 hasil

yang didapat untuk Ttabel sebesar 1,993 (80) variabel (X1) dan (X2) secara parsial terhadap variabel (Y) dapat dilakukan analisis sebagai berikut:

1. Nilai Thitung pada kualitas pelayanan (X 1) adalah 5,517 dengan signifikan 0,000. Sementara itu nilai pada Ttabel yaitu 1,993 dengan signifikan 0,05. Jadi hasil akhirnya yakni Thitung > dari Ttabel, tepatnya 5,517 > dari 1,993 dan nilai sig. < dari 0,05, hal ini mengimplikasikan bahwasanya Kualitas Pelayanan mempunyai dampak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri KCP Jamika Bandung.
2. Kepuasan Pelanggan (X2) memiliki t hitung 0,991 dengan tingkat signifikan 0,325. Sementara itu nilai Ttabel yakni 1,993 dengan nilai 0,05 yang sangat besar. Maka dari itu t hitung < dari Ttabel yakni 0,991 < dari 1,993 dan nilai sig. > dari 0,05. Dengan ini berarti mengimplikasikan bahwasanya Kepuasan Nasabah tidak berdampak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri KCP Jamika Bandung.

#### Uji Simultan (F)

Bagi (Ferdinan, 2014, p. 239) uji F ini dapat dipakai untuk mengetahui layak atau tidak model regresi ini digunakan, layak ini berarti model regresi bisa dipakai untuk menyatakan pengaruh variabel independent ( Kualitas Pelayanan ) pada variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Model regresi dikatakan layak jika besar nilai Fhitung (Sig.) < dari 0,05.

**Tabel 6**  
**Uji F**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 431.841        | 2  | 215.921     | 59.241 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 291.581        | 80 | 3.645       |        |                   |
|       | Total      | 723.422        | 82 |             |        |                   |

Sumber: data olahan

Tabel.6 berikut hasil uji F menggunakan SPSS V.26 Dapat kita lihat data setelah di transform nilai Fhitung sebesar 59,241 dan nilai Ftabel  $\alpha = 5\%$ , hasil diperoleh untuk Ftabel sebesar 3,11 dan nilai sig. < 0,05. Didapatkan bahwasanya Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara simultan atau bersamaan memiliki dampak yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri KCP Jamika Bandung.

#### Uji Koefisien Determinasi (R2).

Koefisien determinasi dipakai guna menguji besarnya model regresi dalam variabel terikat. Nilai R2 berkisar antara angka 0 dan 1. Nilai R2 yang menunjukkan pengaruh yang besar yakni nilai yang mendekati angka 1 (satu). Sebaliknya nilai R2 semakin kecil atau mendekati 0, sehingga bisa dikatakan memiliki pengaruh yang lebih kecil (Ferdinan, 2014, p. 241).

**Tabel.7**  
**Uji R2**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .773 <sup>a</sup> | .597     | .587              | 1.90912                    |

Sumber: data olahan

Tabel.7 berikut hasil koefisien menggunakan SPSS V.26 diketahui angka R Square 0,587 atau 58,7%, perhal ini memiliki makna pengaruh variabel (X1) dan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 58,7%, dengan sisa sebesar 41,3% disebabkan oleh pengaruh hal lain.

#### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial sebesar  $0,000 < 0,05$  di PT. Bank Mandiri Jamika Bandung. Kepuasan nasabah tidak berpengaruh secara parsial sebesar  $0,325 > 0,05$  di PT. Bank Mandiri Jamika Bandung. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan dengan diperoleh nilai f-tabel berpengaruh besar  $59,24 > 3,11$  terhadap loyalitas nasabah. Serta hasil koefisien determinasi yang dapat pada nilai R square sebesar 0,587 atau 5,87% dengan sisa sebesar 41,3% diakibatkan oleh elemen lain yang tidak ada di riset ini pada PT. Bank Mandiri Jamika Bandung. Melihat hasil penelitian ini, pimpinan Bank Mandiri Jamika Bandung diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah, sebaiknya pimpinan mendengarkan keluhan yang disampaikan nasabah, agar dapat memperbaiki kualitas pelayanan dan

kepuasan nasabah. Untuk peneliti berikutnya diharapkan melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang beda dengan variabel yang ada di riset ini agar menghasilkan hasil yang bervariasi dalam mempengaruhi loyalitas nasabah.

#### **Daftar Pustaka**

- Ferdinan, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jeany, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 7(3), 330–341.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen* (14th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Mandiri, B. (2017). *Membentang Asa Sebagai Kebanggaan Bangsa*. 741.
- Mawarni, Nujum, S., & Djamereng, A. (2020). *PARADOKS : JURNAL ILMU EKONOMI Volume 3 . No . 3 ( 2020 ); Juli Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pendahuluan*. 3(3).
- Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2344>
- Rabiula, S., Van Fatimah, K., & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>
- Rachmatiwati, O. D., Fauzi, A., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Nasabah Tabungan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Kantor Cabang Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 95–103.
- Sangadji, E. M. dan S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Cv Andi.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. IN MEDIA.
- Sujarweni, V. . W. (2014). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Suryana. (2010). *Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Thung, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Go-Jek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*, 8 No.1, 74–95.
- Tjiptono, F. dan G. C. (2012). *Service Quality and Satisfaction* (Edisi tiga). Andi.