



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP MENTENG

Firman

Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Pamulang

Email : firmanbast88@gmail.com

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, mengetahui Loyalitas Nasabah dan mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.

Metode penelitian ini dilakukan dengan metode asosiatif dan kuantitatif. Populasi penelitian adalah nasabah dengan sampel sebanyak 95 responden yang diamati selama periode Juni 2017 sampai dengan Agustus 2017, dengan tingkat kekeliruan $e = 5\%$. Metode pengumpulan data observasi, studi dokumentasi dan kuesioner. Metode analisis data uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, uji korelasi, uji determinasi dan uji t.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang dilakukan dinilai sangat baik, hal ini dapat dilihat dari nilai rata – rata distribusi jawaban responden sebesar 4,25 yang berada pada interval 4,20 – 5,00 dan memiliki interpretasi Sangat Puas. Sedangkan hasil penelitian Loyalitas Nasabah yang diberikan oleh responden dinilai sangat baik, hal ini dapat dilihat dari nilai rata – rata distribusi jawaban responden sebesar 4,27 yang berada pada interval 4,20 – 5,00 dan memiliki interpretasi Sangat Puas. Hasil penelitian yang didapat antara lain: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the Quality of Service, know Customer Loyalty and know the Effect of Service Quality on Customer Loyalty at PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.

The research method was carried out with associative and quantitative methods. The study population is a customer with a sample of 95 respondents observed during the period June 2017 to August 2017, with an error rate of $e = 5\%$. Observation data collection methods, study documentation and questionnaires. The data analysis methods are validity test, reliability test, simple linear regression test, correlation test, determination test and t test.

The results showed that the Quality of Service conducted is considered very good, this can be seen from the average value of the distribution of respondents' answers of 4.25 which is at intervals of 4.20 - 5.00 and has a Very Satisfied interpretation. While the results of the Customer Loyalty research given by respondents is considered very good, this can be seen from the average value of the distribution of respondents' answers of 4.27 which are at intervals of 4.20 - 5.00 and have a Very Satisfied interpretation. The results obtained include: Service Quality has a significant effect on Customer Loyalty.

Keywords: Service Quality and Customer Loyalty



PENDAHULUAN

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu Bank syariah yang terhitung cukup lama beroperasi di Indonesia. Dalam menjalankan operasinya Bank Syariah Mandiri masih harus berupaya untuk selalu menjaga dan meningkatkan hubungan dengan nasabahnya, agar nasabah loyal dan tidak tertarik dengan Bank lain baik yang sama – sama berazaskan Islam ataupun Bank konvensional yang sudah lebih dulu dikenal oleh masyarakat luas.

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu Bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah.

Dari sistem pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri diharapkan nasabah akan merasa puas, sehingga loyal terhadap Bank ini dan selanjutnya nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah loyal maka yang diharapkan oleh Bank adalah rekomendasi kepada rekannya yang lain untuk menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri dan meningkatkan proporsi pembelanjaan layanan Bank.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa persentase keluhan nasabah paling besar adalah karena pihak

Bank “Kurang cekatan dan tanggap dalam menghadapi keluhan nasabah” yaitu sebesar 37,5 % dan kedua terbesar adalah “Prosedur pelayanan nasabah yang lambat” yaitu sebesar 32,3 %. Penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. Kurang cekatan dan tanggap dalam menghadapi keluhan nasabah, kurang sigapnya *customer service* dalam melayani komplain – komplain dari nasabah yang datang dikarenakan belum menguasai produk, *service skill* yang masih rendah, dsb.
2. Prosedur pelayanan nasabah yang lambat, banyaknya prosedur pelayanan yang harus dilakukan membuat pelayanan kepada nasabah itu sendiri menjadi lambat.
3. Kurang memberi perhatian kepada nasabah, maksudnya disini adalah memberi perhatian lebih kepada nasabah agar nasabah merasa nyaman dan diperhatikan, bukan hanya sekedar melayani kebutuhan nasabah saja.
4. Fasilitas ruang tunggu yang kurang memadai, karena berbentuk ruko 3 lantai yang memanjang ke belakang mengakibatkan area untuk ruang tunggu sangat kecil sehingga membuat nasabah yang menunggu antrian menjadi kurang nyaman.



5. Area parkir yang kurang memadai, lokasinya yang berada di pinggir jalan raya tanpa adanya ruang untuk parkir pribadi menyebabkan nasabah agak sulit untuk memarkirkan kendaraannya karena ruang parkir yang terbatas.

Dari besarnya persentase keluhan nasabah diatas akhirnya berakibat pada naik turunnya *portfolio* dan *growth* rekening pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng pada tahun 2012 sampai tahun 2016 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah dan pertumbuhan rekening PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng dari tahun 2012 – 2016 mengalami grafik naik – turun (*fluktuatif*). Dari data tersebut perusahaan harus cepat dan tepat dalam mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara terus aktif mempelajari keluhan yang masuk dan mencari masukan pelanggan, mengukur keberhasilan – keberhasilan dalam peningkatan jumlah keluhan / masukan, analisa keluhan/ masukan bagi perusahaan, tindak lanjuti keluhan dan masukan, dan lihat angka keluhan (yang sebenarnya), sehingga perusahaan akan lebih mengenal pelanggan dan memahami kebutuhan mereka agar pelanggan tersebut menjadi loyal kepada perusahaan.

Dari uraian tersebut di atas maka penulis tertarik untuk membahas dan menganalisis masalah dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng”**.

LANDASAN TEORI

Menurut Sampara dalam Hardiansyah (2011:35) “Kualitas Pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan dalam memberikan layanan sebagai pembakuan pelayanan yang baik”.

Indikator Kualitas Pelayanan menurut Parasuraman dalam Ratnasari dan Aksa (2011:107) antara lain : 1) Bukti Fisik (*Tangible*). 2) Keandalan (*Reliability*). 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*). 4) Jaminan (*Assurance*). 5) Empati (*Empathy*).

Menurut Kotler dan Keller (2012:207) bahwa, “Loyalitas Pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain”.

Indikator Loyalitas Nasabah menurut Griffin (2003:113) antara lain : 1) Pembelian Ulang (*Repeat Purchasing*). 2) Membeli di Luar Lini Produk (*Purchase Across Product and Service Lines*). 3) Mereferensikan Produk Kepada Orang Lain (*Refers Other*). 4) Menunjukkan Kekebalan Akan Daya Tarik dari Pesaing (*Demonstrates an Immunity to The Full of The Competition*).

PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian yang dilakukan sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Dwi Kurniasih (2012) dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas



Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel AHASS 0002 – Astra Motor Siliwangi Semarang)” didapatkan hasil Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel AHASS 0002 – Astra Motor Siliwangi Semarang).

Penelitian yang dilakukan sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Melysa Elisabeth Pongoh (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel Di Kota Manado” didapatkan hasil Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel Di Kota Manado.

Penelitian yang dilakukan sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ash Shadiq Egim (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank Sinarmas Cabang Padang” didapatkan hasil Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank Sinarmas Cabang Padang.

HIPOTESIS

$H_0 : \rho = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.

$H_a : \rho \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh

yang signifikan antara

Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng selama 3 (tiga) bulan pada saat melakukan penelitian yaitu pada bulan Juni sampai dengan bulan Agustus 2017 yang berjumlah 124 nasabah. Sampel yang digunakan adalah 95 nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.

Metode analisa data yang digunakan antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi product moment, uji regresi linier sederhana dan berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL

A. Pembahasan dan Hasil

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng

a. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur keeratan hubungan antara 2 (dua)



variabel yaitu variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah). Perhitungan analisis korelasi ini menggunakan rumus *product moment* dan didasarkan pada hasil pengumpulan kuesioner sebanyak 95 responden dengan kuesioner Kualitas Pelayanan (X) sebanyak 10 pernyataan dan Loyalitas Nasabah (Y) sebanyak 10 pernyataan

Data yang peneliti gunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dengan variabel Y (Loyalitas Nasabah) dengan menggunakan rumus korelasi sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \cdot (\sum X_t Y_t) - (\sum X_t) \cdot (\sum Y_t)}{\sqrt{\{(n \cdot \sum X_t^2 - (\sum X_t)^2) \cdot (n \cdot \sum Y_t^2 - (\sum Y_t)^2)\}}}$$

Diketahui :

n = 95
(jumlah responden)
 $\sum X_t$ = 4039
(jumlah total pernyataan variabel X)
 $\sum Y_t$ = 4059
(jumlah total pernyataan variabel Y)
 $\sum X_t^2$ = 172541 (data pada Tabel 4.16)
 $\sum Y_t^2$ = 174665 (data pada Tabel 4.16)
 $\sum X_t Y_t$ = 173356 (data pada Tabel 4.16)

Maka r_{XY} :

$$\begin{aligned} &= \frac{(95 \cdot 173356) - (4039 \cdot 4059)}{\sqrt{\{(95 \cdot 172541 - (4039)^2) \cdot (95 \cdot 174665 - (4059)^2)\}}} \\ &= \frac{16468820 - 16394301}{\sqrt{(16391395 - 16313521) \cdot (16593175 - 16475481)}} \\ &= \frac{74519}{\sqrt{(77874 \cdot 117694)}} \\ &= \frac{74519}{\sqrt{9165302556}} \\ &= \frac{95725,6}{74519} \\ &= 0,778 \end{aligned}$$

Dari hasil analisis perhitungan di atas yang menggunakan rumus *product moment* terdapat hubungan korelasi positif antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Nasabah yaitu sebesar $r = 0,778$ yang termasuk ke dalam kategori **KUAT (0,60 – 0,799)**.

b. Koefisien Determinasi

Setelah mengukur hubungan antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Loyalitas Nasabah) dengan menggunakan analisis korelasi, langkah selanjutnya adalah mengukur seberapa besar kontribusi variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah) dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD \text{ (Koefisien Determinasi)} \\ &= r_{XY}^2 \times 100\% \\ &= 60,5 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi di atas maka hasilnya adalah 60,5%, ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki kontribusi



terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 60,5% dan sisanya sebesar 39,5% dipengaruhi oleh faktor – faktor lainnya.

c. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji Regresi Linier Sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y). Faktor penyebab pada umumnya dilambangkan dengan X atau disebut juga dengan *Predictor* sedangkan variabel akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga dengan *Response*.

Peneliti melakukan uji regresi linier sederhana untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah yang dilakukan pada 95 nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng. Rumus yang digunakan dalam uji regresi linier sederhana ini adalah :

$$Y = a + bX$$

Dengan rumus regresi linier sederhana dan data pada tabel 4.16 maka dapat dicari nilai koefisien dari (a) dan (b) dengan cara sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum Y) \cdot (\sum X^2) - (\sum X) \cdot (\sum XY)}{n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$\begin{aligned} &= \frac{(4059) \cdot (172541) - (4039) \cdot (173356)}{95 \cdot (172541) - (4039)^2} \\ &= \frac{700343919 - 700184884}{16391395 - 16313521} \\ &= \frac{159035}{77874} \\ &= 2,042 \end{aligned}$$

Sementara untuk menghitung nilai koefisien dari (b) dengan cara sebagai berikut :

$$\begin{aligned} b &= \frac{n \cdot (\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2} \\ &= \frac{95 \cdot (173356) - (4039) \cdot (4059)}{95 \cdot (172541) - (4039)^2} \\ &= \frac{16468820 - 16394301}{16391395 - 16313521} \\ &= \frac{74519}{77874} \\ &= 0,95 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,042 + 0,95X$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa nilai dari konstanta (a) adalah 2,042 yang berarti jika nilai variabel independen (Kualitas Pelayanan) adalah 0 maka Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 2,042. Sedangkan nilai koefisien (b) regresi Kualitas Pelayanan (X) adalah 0,95 yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Dengan kata lain, jika Kualitas Pelayanan ditingkatkan sebesar satu – satuan maka Loyalitas Nasabah



pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng akan meningkat sebesar 0,95 namun jika Kualitas Pelayanan tidak meningkat sebesar satu – satuan maka Loyalitas Nasabah akan tetap sebesar 2,042.

d. Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mengetahui secara individu pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen yaitu variabel Kualitas Pelayanan. Dengan kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak ; H_1 diterima (signifikan)
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima ; H_1 ditolak (tidak signifikan)

Kriteria hasil pengujiannya adalah :

$H_0 : \rho = 0$: diduga tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.

$H_a : \rho \neq 0$: diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan

terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.

Berdasarkan perhitungan hipotesis, maka peneliti melakukan pengujian hipotesa dengan cara membandingkan nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} . Nilai t_{tabel} ditentukan berdasarkan tingkat signifikan (α) yang digunakan dan derajat kebebasan ($df = n - k$) yang besarnya tergantung dari jumlah sampel (n). Taraf nyata yang peneliti gunakan sebesar 0,05 (5%).

$\alpha = 0,05\%$ karena uji dua pihak maka $\alpha = 0,10\%$

$$df = n - k$$

Diketahui :

$n = 95$ (jumlah responden)

$k = 2$ (jumlah variabel yang diteliti)

$$df = 95 - 2 \\ = 93$$

Maka $t_{tabel} = 1,661$

Rumus t_{hitung} adalah sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r_{XY}\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_{XY}^2}}$$

Diketahui :

$r_{XY} = 0,778$ (koefisien korelasi)

$n = 95$ (jumlah responden)

Maka nilai dari t_{hitung} adalah sebagai berikut :

$$t_{hitung} \\ = \frac{0,778\sqrt{95-2}}{\sqrt{1-(0,778)^2}} \\ = \frac{0,778\sqrt{93}}{\sqrt{1-0,605}}$$



$$\begin{aligned}
 &= \frac{(0,778) \cdot (9,643)}{\sqrt{0,395}} \\
 &= \frac{7,502}{0,628} \\
 &= 11,945
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pengujian rumus di atas, nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan adalah 11,945 dan nilai t_{tabel} adalah 1,661 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $11,945 > 1,661$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel X (Kualitas Pelayanan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah) PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.

KESIMPULAN

1. Tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng cukup puas dilihat dari nilai rata – rata secara keseluruhan sebesar 4,25 yang berada pada interval 4,20 – 5,00. Hal ini menandakan bahwa Kualitas Pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng dinilai sangat baik.
2. Loyalitas Nasabah yang diberikan oleh responden kepada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng juga cukup puas dilihat dari nilai rata – rata secara keseluruhan

sebesar 4,27 yang berada pada interval 4,20 – 5,00. Hal ini menandakan bahwa Loyalitas Nasabah yang diberikan kepada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng dinilai sangat baik.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng adalah positif sebesar 0,95 artinya jika Kualitas Pelayanan ditingkatkan sebesar satu – satuan akan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini berarti semakin baik Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi pula Loyalitas Nasabah, begitu pula sebaliknya. Adapun koefisien determinasi diperoleh sebesar 60,5 artinya kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 60,5 %, sedangkan 39,5 % sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 11,945. Terlihat bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $11,945 > 1,661$ yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel X (Kualitas Pelayanan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (Loyalitas) Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.



KETERBATASAN PENELITIAN

1. Penelitian yang menggunakan 2 variabel independent.
2. Data penelitian yang digunakan hanya dalam kurun waktu tahun 2018.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng hanya 60,5 % dan sisanya sebesar 39,5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

SARAN

1. Perusahaan harus lebih meningkatkan kinerjanya dalam Kemampuan, karena berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kemampuan memiliki nilai yang paling kecil di antara variabel yang lainnya. Terutama pada indikator pernyataan Pihak Bank selalu mengganti dan memperbaiki setiap terjadi kesalahan transaksi atau pencatatan dengan skor hanya sebesar 326. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberi pengarahan dan pelatihan agar karyawan dapat senantiasa mengeluarkan kemampuan terbaik yang dimilikinya dalam melayani nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.
2. Perusahaan harus lebih meningkatkan kinerjanya dalam Menunjukkan Kekebalan Akan Daya Tarik dari Pesaing. Terutama pada indikator

pernyataan Produk di BSM KCP Menteng tidak kalah dengan produk pesaing dengan skor hanya sebesar 399. Oleh karena itu, pihak manajemen harus terus berinovasi terhadap produk – produk Bank yang dimiliki agar nasabah tidak berpaling ke Bank lain dan tetap loyal menjadi nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Menteng.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar dan Siregar Amelia N., *“Kualitas Pelayanan Penyuluh Pertanian dan Kepuasan Petani dalam Penanganan dan Pengolahan Hasil Ubi Jalar dalam Jurnal Penyuluhan Pertanian”*, Volume Kelima No. 1, Jurnal Penyuluhan, 2010.
- Ali Hasan, *“Manajemen Pemasaran dan Marketing”*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2008.
- American Marketing Association (AMA), *“American Marketing Association Releases New Definition of Marketing”*, Orlando, Florida, 2004.
- Arikunto, Suharsimi, *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 2002.
- Armstrong dan Philip Kotler, *“Manajemen Pemasaran”*, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta, 2003.
- Assauri, Sofjan, *“Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi”*, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta 2007.



- , *"Manajemen Pemasaran"*, Penerbit Rajawali Pers, Jakarta, 2013.
- Buchory, Achmad Herry & Saladin Djaslim, *"Manajemen Pemasaran"*, Edisi Pertama, Penerbit Linda Karya, Bandung, 2010.
- Buchori Alma, *"Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa"*, Edisi Revisi, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2007.
- Danang, Sunyoto, *"Manajemen Sumber Daya Manusia"*, Penerbit PT. Buku Seru, Jakarta, 2012.
- Downey & Erickson, *"Manajemen Agribisnis"*, Edisi Ketiga, Terjemahan Ganda S. dan Alfonsus Sirait, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2002.
- Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefulloh *"Pengantar Manajemen"*, Edisi Pertama Prenada, Jakarta, 2000.
- Fajar, Laksana, *"Manajemen Pemasaran"*, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta, 2008.
- Fandy, Tjiptono, *"Manajemen Jasa"*, Edisi Kedua, Penerbit Andy Offset, Yogyakarta, 2000.
- , *"Pemasaran Jasa"*, Penerbit Bayumedia Publising, Malang, 2005.
- , *"Pemasaran Jasa"*, Penerbit Bayumedia, Malang, 2011.
- Ghozali, Imam, *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS"*, Universitas Diponegoro, Yogyakarta, 2012.
- Griffin, Jill, *"Customer Royalty"* Edisi Revisi, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2005.
- G. R. Terry, *"Manajemen Sumber Daya Manusia"*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Kencana, Jakarta, 2010.
- Gulo, W, *"Metodologi Penelitian"*, Cetakan Pertama, Penerbit PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2002.
- Handoko, T. Hani, *"Manajemen, Cetakan Dua Puluh"*, Penerbit BPEE, Yogyakarta, 2009.
- Hardiansyah, *"Kualitas Pelayanan Publik"*, Penerbit Gava Media, Yogyakarta, 2011.
- Hasan Ali, *"Marketing"*, Medpress (Anggota IKAPI), Yogyakarta, 2008.
- Hasibuan, Malayu, *"Manajemen Sumber Daya Manusia"*, Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2012.
- Kotler dan Keller, *"Manajemen Pemasaran"*, Edisi 12, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2012.
- Kotler, Philip dan Amstrong, *"Manajemen Pemasaran"*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2003.
- , *"Prinsip – prinsip Pemasaran"*, Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2012.
- Kotler, Philip *"Manajemen Pemasaran"*, Edisi 11 jilid 1, Penerbit P.T. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2003.
- , *"Manajemen Pemasaran"*, Edisi 11 jilid 2, Penerbit P.T. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2003.
- , *"Manajemen Pemasaran"*, Jilid 1 dan 2, Penerbit P.T. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2005.
- , dan Kevin L. Keller, *"Manajemen Pemasaran"*, Edisi 12 jilid 1, Penerbit P.T. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2007.



- , dan Kevin L. Keller, “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 12 jilid 2, Penerbit P.T. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2007.
- , dan Kevin L. Keller, “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi Ketiga Belas, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2009.
- , dan Kevin L. Keller, “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2009.
- , dan Kevin L. Keller, “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa Bob Sabran, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2011.
- Lovelock, Cristopher H. dan Wright, Lauren K., “*Manajemen Pemasaran Jasa*”, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2005.
- Lupiyoadi, “*Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*”, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Lupiyoadi, Rambat, “*Manajemen Pemasaran Jasa*”, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- , “*Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*”, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- M. Nur. Nasution, “*Manajemen Jasa Terpadu*”, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2004.
- Moenir, “*Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*”, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2005.
- Morissan, “*Metode Penelitian Survey*”, Kencana, Jakarta, 2012.
- Nasution, “*Manajemen Jasa Terpadu*”, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 2004.
- Nasution, Nur, “*Manajemen Terpadu (Total Service Management)*”, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2004.
- Pamitra, Teddy, “*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*”, Penerbit PT. Remaja Rosda Karya, Bandung, 2001.
- Radiosunu, “*Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*”, Edisi Kedua, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 2001.
- Rangkuti, Fredy, “*Riset Pemasaran*”, Cetakan Kelima, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004.
- Ratih Hurriyati, “*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*”, Cetakan Pertama, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2005.
- Septi Winarsih, Atik & Ratminto, “*Manajemen Pelayanan*”, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2012.
- Stanton, William J. “*Prinsip Pemasaran*”, Alih Bahasa Oleh Sadu Sundaru, Jilid Satu, Edisi Kesepuluh, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2002.
- Sugiarto, “*Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*”, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Sugiarto, Endar, “*Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*”, Gramedia, Jakarta 2002.
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”, Alfabeta, Jakarta, 2011.
- , “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”, CV. Alfabeta, Bandung, 2012.
- , “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”, CV. Alfabeta, Bandung, 2014.
- , “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”, CV. Alfabeta, Bandung, 2014.
- , “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”, CV. Alfabeta, Bandung, 2014.



- R&D”, CV. Alfabeta, Bandung, 2016.
- Supranto, J., “*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*”, Penerbit PT. Asdi Mahasatya, 2001.
- Supriyatmini, Tuti, “*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Mal Wattamwil (BMT) KAFAH Semarang*”, Unnes, Semarang, 2005.
- Tjiptono, Fandy, “*Manajemen Pemasaran*”, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2002.
- , “*Strategi Pemasaran*”, Edisi Ketiga, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2008.
- , dan Diana A., “*Total Quality Management*”, Edisi Revisi, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2011.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, “*Service Quality and Satisfaction*”, Edisi Ketiga, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2011.
- , “*Pemasaran Strategik*”, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2012.
- , dan Dadi Adriana, “*Pemasaran Strategik*”, Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2008.
- Veithzal, Rivai, “*Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan : Dari Teori Ke Praktik*”, Penerbit Raja Wali Pres, Jakarta, 2010.
- Sarwani, S., Sunardi, N., AM, E. N., Marjohan, M., & Hamsinah, H. (2020). Penerapan Ilmu Manajemen dalam Pengembangan Agroindustri Biogas dari Limbah Kotoran Sapi yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat Desa Sindanglaya Kec. Tanjungsiang, Kab. Subang. Jurnal Abdi Masyarakat Humanis, 1(2).
- Sunardi, N. (2019). Relevansi Intellectual Capital terhadap Harga dan Retun Saham di Industri Perbankan Pemerintah di Indonesia. JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma), 3(1).