

Analysis of Customer Loyalty Determinants of Bank Muamalat Indonesia

Syarifuddin Sulaiman
Universitas Muhammadiyah Makassar

ABSTRACT: This study aims to analyze the level of influence of service quality and satisfaction variables on customer loyalty. The target population is all customers who use deposit services. Determination of the number of samples using the Cochran formula, so the number of samples as many as 97 customers. Questionnaires were distributed to the respondents who had been targeted. The results showed that service quality and satisfaction partially or simultaneously affect customer loyalty. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The implication of this research is that service quality and satisfaction are empirically proven to have an impact on increasing customer loyalty.

Keywords: service quality, satisfaction, loyalty, customer

Corresponding Author: syarif_iman@unismuh.ac.id

Analisis Determinan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia

Syarifuddin Sulaiman

Universitas Muhammadiyah Makassar

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pengaruh variabel kualitas layanan maupun kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Populasi sasaran adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa simpanan dana. Penentuan jumlah sampel menggunakan formula Cochran, sehingga jumlah sampel sebanyak 97 nasabah. Kuesioner didistribusikan ke responden yang telah ditargetkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Implikasi penelitian ini adalah kualitas layanan dan kepuasan terbukti secara empiris berdampak terhadap peningkatan loyalitas nasabah.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan, loyalitas, nasabah

Submitted: 7 March; Revised: 17 March; Accepted: 26 March

Corresponding Author: syarif_iman@unismuh.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan dan kinerja perbankan Islam telah mendapatkan perhatian cukup tinggi selama beberapa decade dibandingkan perbankan konvensional, namun dinamika bisnis dan lingkungan yang kompetitif telah menimbulkan berbagai tantangan dan permasalahan yang dihadapi oleh perbankan seperti yang dialami oleh Bank Muamalat Indonesia. Sejak tahun 2015 sampai dengan tahun 2019, Bank Muamalat Indonesia menghadapi berbagai masalah seperti kekurangan modal, para pemegang saham tidak memberikan dana segar, serta *capital adequacy ratio* mengalami penurunan yang signifikan. Permasalahan internal ini dapat memicu rendahnya tingkat loyalitas nasabah, yang berpotensi semakin menggerus kinerja Bank Muamalat Indonesia.

Perbankan Syariah seperti Bank Muamalat Indonesia menjadi alternatif bagi masyarakat dalam menggunakan layanan jasa keuangan yang memiliki keunggulan seperti tidak memberatkan masyarakat, melakukan transparansi, dan berpihak kepada publik dengan melakukan zakat, infaq, dan wakaf. Terlebih di masa pandemi yang menyebabkan kelesuan ekonomi maka dibutuhkan stimulus dari perbankan Syariah untuk menumbuhkan ekonomi tanah air, hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan aset secara nasional yang mengalami tren positif. Terlebih Indonesia sebagai negara dengan mayoritas muslim terbesar di dunia, sehingga terdapat potensi besar bagi masyarakat untuk menggunakan produk-produk perbankan Syariah. Seiring perkembangan layanan dan produk perbankan yang pesat maka semakin tinggi pula tanggung jawab perbankan untuk menyediakan layanan yang memberikan nilai tambah dan kepuasan kepada nasabah, sehingga loyalitas nasabah akan terwujud.

Loyalitas nasabah telah menjadi *issue* penelitian yang telah dibahas oleh peneliti sebelumnya, seperti (Indiani et al., 2016) yang menyatakan bahwa loyalitas nasabah terwujud dari peran kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Menjelaskan bahwa loyalitas ditentukan oleh kepuasan nasabah. Mawarni et al., (2020) mengidentifikasi kualitas layanan sebagai salah satu variabel utama yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah. Angrumsari, (2019) menemukan variabel kualitas layanan dan kepuasan nasabah secara serentak berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah. Burhanudin (2018) menjelaskan secara parsial baik variabel kualitas layanan maupun kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pengaruh variabel kualitas layanan maupun kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah

Indiani et al. (2016) menguji loyalitas nasabah dengan *partial least square* dengan temuan bahwa kualitas produk berdampak pada peningkatan loyalitas nasabah, namun kualitas layanan tidak berkontribusi terhadap loyalitas nasabah. Mawarni et al. (2020) menemukan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah secara parsial. Angrumsari (2019) justru menampilkan variabel kualitas layanan yang tidak signifikan terhadap loyalitas

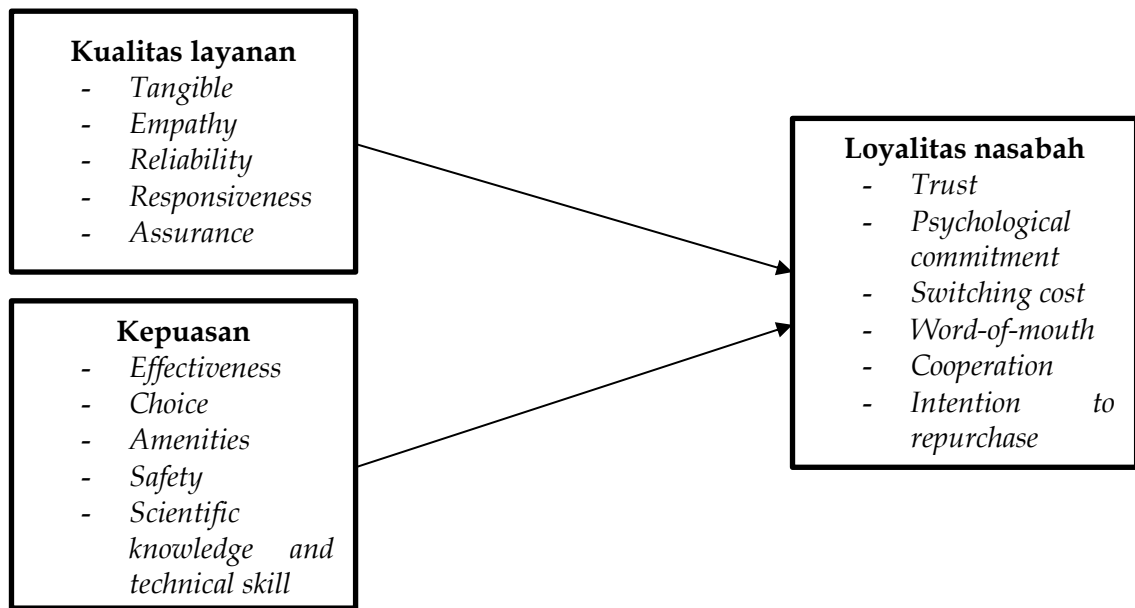
nasabah, sedangkan temuan Burhanudin (2018) menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah. Demikian dengan hasil penelitian Wijayanto (2020) yang menjelaskan seluruh dimensi dari kualitas layanan seperti bukti fisik, jaminan, ketanggapan, keandalan, dan perhatian berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian berikut ini.

H1: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah
Kepuasan terhadap loyalitas nasabah

Beberapa penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah seperti studi Mutmainnah (2018); Angrumsari (2019). Sedangkan (Ishak & Azzahroh, 2017) menjelaskan bahwa kontribusi kepuasan nasabah sangat besar dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada perbankan Islam. Masadah et al. (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah di Kabupaten Jombang. (Jeany, 2020) menjelaskan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah seperti puas dengan kemampuan menanggapi keluhan, memberikan promosi, serta menyediakan lingkungan yang nyaman kepada nasabah sehingga tingkat loyalitasnya meningkat. Temuan (Kt & Suasana, 2017) semakin menguatkan fakta empiris bahwa loyalitas nasabah ditentukan oleh kemampuan perbankan dalam memaksimalkan kepuasan nasabahnya.

H2: Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah

Penelitian ini mengadopsi *grand theory* loyalitas pelanggan (Kiseleva et al., 2016; Närvänen et al., 2020) yang mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong loyalitas pelanggan, sehingga memudahkan produsen untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Perbankan Syariah menyadari bahwa nasabah yang loyal merupakan komoditas yang tak ternilai, sehingga manajemen sangat memperhatikan hubungannya dengan nasabah. Berikut ini disajikan gambar kerangka konseptual loyalitas nasabah berdasarkan penelitian sebelumnya.



Gambar 1. *Conceptual Framework*

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Data dikumpulkan melalui pendekatan survei *explanatory*. Data penelitian bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner sebagai alat ukur, sedangkan data sekunder diambil dari literatur dan dokumen atau laporan terkait objek penelitian. Seluruh pengguna jasa Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Makassar (nasabah) sedangkan populasi sasaran adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa simpanan dana dalam bentuk: giro, tabungan, dan deposito pada Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Makassar. Dalam menentukan jumlah sampel penelitian maka digunakan formula Cochran dengan tingkat keyakinan sebesar 95%, kemudian margin error sebesar 10%, sehingga jumlah sampel sebanyak 97 nasabah. Kuesioner didistribusikan ke responden yang telah ditargetkan, total responden yang mengisi kuesioner sebanyak 96 nasabah. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN

Analisis Distribusi Jawaban Responden

1. *Kualitas layanan*

Berikut disajikan data distribusi jawaban responden berdasarkan variabel kualitas layanan

Tabel 1. Distribusi Jawaban Responden - Variabel Kualitas Layanan

Indikator	Nilai <i>Mean</i>
Memiliki perlengkapan dan fasilitas yang memadai	3,86
Kerapian dan penampilan pegawai bank selalu terjaga	3,91
Kebersihan, keindahan dan kerapian di dalam bank selalu terjamin dan terpelihara	3,98
Ketepatan waktu pelayanan yang diberikan bank	3,36
Ketepatan waktu yang diberikan bank untuk melakukan transaksi	3,35
Ketanggapan pegawai bank terhadap permasalahan nasabah	3,42
Keramahan pegawai bank terhadap nasabah	3,29
Kecepatan pegawai bank memberikan pelayanan saat dibutuhkan	3,92
Kemampuan dan pengetahuan pegawai bank	3,88
Keamanan selama berada di bank	3,78
Kemudahan dalam proses transaksi	3,86
Kemudahan dalam mencapai lokasi bank	3,92

Hasil distribusi jawaban responden pada variabel kualitas layanan menunjukkan indikator yang dominan (terbesar nilai *mean*) adalah kebersihan, keindahan dan kerapian di dalam bank selalu terjamin dan terpelihara, kemudian indikator kecepatan pegawai bank memberikan pelayanan saat dibutuhkan; dan indikator kemudahan dalam mencapai lokasi bank. Indikator yang paling rendah nilai *mean* adalah indikator keramahan pegawai bank terhadap nasabah, sehingga menjadi evaluasi bagi manajemen.

2. Kepuasan

Berikut disajikan data distribusi jawaban responden berdasarkan variabel kepuasan

Tabel 2. Distribusi Jawaban Responden - Variabel Kepuasan

Indikator	Nilai <i>Mean</i>
Pihak bank secara efektif memenuhi kebutuhan transaksi perbankan nasabah	3,79
Pihak bank memberikan pelayanan yang efektif bagi nasabah	3,93
Bank Muamalat Indonesia lebih bagus dibandingkan dengan Bank Syariah lainnya	3,92
Keluhan nasabah direspon dengan cepat	4,00
Kenyamanan pelayanan oleh pegawai Bank Muamalat Indonesia	4,00
Bank Muamalat Indonesia terpercaya oleh masyarakat, sehingga nasabah merasa aman dalam bertransaksi	4,06
Pegawai bank memberikan informasi yang akurat dan jelas serta memiliki kompetensi teknis yang baik	4,07
Perasaan terpuaskan dari kinerja jasa Bank Muamalat Indonesia	3,67
Kesesuaian kinerja jasa dengan harapan atas dasar informasi	3,52

Hasil distribusi jawaban responden pada variabel kepuasan menunjukkan indikator yang dominan (terbesar nilai *mean*) adalah pegawai bank memberikan informasi yang akurat dan jelas serta memiliki kompetensi teknis yang baik, kemudian indikator Bank Muamalat Indonesia terpercaya oleh masyarakat, sehingga nasabah merasa aman dalam bertransaksi. Indikator yang paling rendah nilai *mean* adalah kesesuaian kinerja jasa dengan harapan atas dasar informasi, sehingga menjadi evaluasi bagi manajemen.

3. *Loyalitas Nasabah*

Berikut disajikan data distribusi jawaban responden berdasarkan variabel loyalitas nasabah

Tabel 3. Distribusi Jawaban Responden - Variabel Loyalitas Nasabah

Indikator	Nilai Mean
Nasabah percaya dan yakin akan kapasitas Bank Muamalat Indonesia dalam memenuhi segala kebutuhan perbankan	3,65
Berkomitmen untuk melakukan transaksi ulang dalam pelayanan perbankan di Bank Muamalat Indonesia	3,75
Perubahan dan kebijakan tabungan Bank Muamalat Indonesia tidak akan membuat nasabah pindah ke bank lainnya	4,01
Merekomendasikan Bank Muamalat Indonesia kepada kolega, keluarga atau orang lain	3,86
Selalu bersikap kooperatif terhadap Bank Muamalat Indonesia	4,03
Berkeinginan untuk melakukan transaksi perbankan pada masa yang akan datang secara rutin	3,44

Hasil distribusi jawaban responden pada variabel loyalitas nasabah menunjukkan indikator yang dominan (terbesar nilai *mean*) adalah selalu bersikap kooperatif terhadap Bank Muamalat Indonesia, kemudian indikator perubahan dan kebijakan tabungan Bank Muamalat Indonesia tidak akan membuat nasabah pindah ke bank lainnya. Indikator yang paling rendah nilai *mean* adalah berkeinginan untuk melakukan transaksi perbankan pada masa yang akan datang secara rutin, sehingga menjadi evaluasi bagi manajemen.

Analisis Distribusi Jawaban Responden

Hasil analisis regresi linear berganda ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi

	Koefisien Regresi (β)	Standard Error	t _{Hitung}	Prob.
Konstanta	1,377	0,399	3,455	0,001
Kualitas Layanan	0,407	0,095	4,305	0,000
Kepuasan	0,258	0,078	3,308	0,001
F Hitung = 20,822				
Sig = 0,000				
R ² = 0,309				
R = 0,556				
Adjusted R Square = 0,294				

Persamaan tersebut menunjukkan koefisien berganda (β) bertanda positif untuk seluruh variable (kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah), dan berpengaruh signifikan (*probability* $\leq 0,05$), sehingga seluruh hipotesis dinyatakan terdukung. Nilai F hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari *probability* $\leq 0,05$ sehingga kualitas layanan dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Nilai *adjusted R square* sebesar 0,294

atau 29,4% merupakan kontribusi pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan sisanya disebabkan oleh variabel lain.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas layanan berdampak nyata terhadap peningkatan loyalitas nasabah. Bentuk-bentuk kualitas layanan perbankan syariah seperti perlengkapan dan fasilitas yang memadai; kerapian dan penampilan pegawai bank; kebersihan, keindahan dan kerapian di dalam bank; ketepatan waktu (pelayanan dan transaksi); ketanggapan pegawai bank terhadap permasalahan nasabah; keramahan pegawai bank terhadap nasabah; kecepatan pegawai bank memberikan pelayanan saat dibutuhkan; kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki; keamanan selama berada di bank; kemudahan dalam proses transaksi; kemudahan dalam mencapai lokasi bank.

Kepuasan sebagai variabel penting dalam membangun loyalitas nasabah, sebagaimana telah dijelaskan oleh peneliti sebelumnya dan dalam teori loyalitas pelanggan. Kepuasan yang dirasakan nasabah Bank Muamalat Indonesia antar lain dalam bentuk puas disebabkan pihak bank secara efektif memenuhi kebutuhan transaksi perbankan nasabah; memberikan pelayanan yang efektif bagi nasabah; lebih bagus dibandingkan dengan bank syariah lainnya; keluhan nasabah direspon dengan cepat; kenyamanan pelayanan oleh pegawai Bank Muamalat Indonesia; terpercaya oleh masyarakat, sehingga nasabah merasa aman dalam bertransaksi; pegawai bank memberikan informasi yang akurat dan jelas serta memiliki kompetensi teknis yang baik; perasaan terpuaskan dari kinerja jasa Bank Muamalat Indonesia; dan kesesuaian kinerja jasa dengan harapan atas dasar informasi.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kualitas layanan dan kepuasan terbukti secara empiris berdampak terhadap peningkatan loyalitas nasabah. Indikator yang dominan dari kualitas layanan adalah pegawai bank memberikan informasi yang akurat dan jelas serta memiliki kompetensi teknis yang baik, kemudian indikator Bank Muamalat Indonesia terpercaya oleh masyarakat, sehingga nasabah merasa aman dalam bertransaksi. Indikator yang dominan dari kepuasan adalah pegawai bank memberikan informasi yang akurat dan jelas serta memiliki kompetensi teknis yang baik, kemudian indikator Bank Muamalat Indonesia terpercaya oleh masyarakat, sehingga nasabah merasa aman dalam bertransaksi. Indikator yang dominan dari loyalitas nasabah adalah selalu bersikap kooperatif terhadap Bank Muamalat Indonesia, kemudian indikator perubahan dan kebijakan tabungan Bank Muamalat Indonesia tidak akan membuat nasabah pindah ke bank lainnya.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini tidak dapat digeneralisir karena ukuran sampel yang relatif kecil, karakteristik nasabah atau unit analisis yang berbeda setiap wilayah. Penelitian ini terbatas pada lokasi kantor cabang, sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya pada meningkatkan cakup wilayah penelitiannya dan mengakomodir variabel yang relevan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada rekan-rekan dosen atas dukungan dan motivasinya dalam menyelesaikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Angrumsari, M. (2019). Pengaruh Kepuasan Dan Kualitas Pelayanan Call Center Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. *Journal of Business Economics*, 24(2), 207–215. <https://doi.org/10.35760/eb.2019.v24i2.1910>
- Burhanudin, B. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat. *Sosio E-Kons*, 10(1), 75. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2264>
- Indiani, N. L. P., Yasa, I. P. N. S., & Sitiari, N. W. (2016). Peran Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis JAGADITHA*, 3(2), 87. <https://doi.org/10.22225/jj.3.2.133.85-95>
- Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>
- 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.
- Kiseleva, E. M., Nekrasova, M. L., Mayorova, M. A., Rudenko, M. N., & Kankhva, V. S. (2016). International Review of Management and Marketing Special Issue on “Management of Systems of Socio-Economic and Legal Relations in Modern Conditions of Development of Education and Society” The Theory and Practice of Customer Loyalty Management and Customer Focus in the Enterprise Activity. *International Review of Management and Marketing* |, 6(S6), 95–103. <http://www.econjournals.com>
- Kt, I. G. A., & Suasana, G. (2017). LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH Desak Ayu Made Marcellina Dewi Giri Putri 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK PENDAHULUAN Dunia perbankan di Indonesia mengalami persaingan yang sangatlah ketat , ditandai denga. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 11, 2017: 6271–6297 *Kepuasan*, 6(11), 6271–6297.
- Masadah, Asngadi, & Triono Singgih, C. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten

- Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 197–208. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808)
- Mawarni, Syamsu, N., & Djamereng, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Pinrang. *Paradoks : Jurnal Ilmu Enkonomi*, 3(3), 71–78.
- 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>
- Närvänen, E., Kuusela, H., Paavola, H., & Sirola, N. (2020). A meaning-based framework for customer loyalty. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(8), 825–843. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2019-0153>
- Wijayanto, A. (2020). March 2020 Revised: 20. *The Effect Of Organizational Culture, Motivation, And Job Satosfication On Employee Performance*, 1(4), 492–502. <https://doi.org/10.31933/DIJDBM>
- Angrumsari, M. (2019). Pengaruh Kepuasan Dan Kualitas Pelayanan Call Center Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. *Journal of Business Economics*, 24(2), 207–215. <https://doi.org/10.35760/eb.2019.v24i2.1910>
- Burhanudin, B. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat. *Sosio E-Kons*, 10(1), 75. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2264>
- Indiani, N. L. P., Yasa, I. P. N. S., & Sitiari, N. W. (2016). Peran Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis JAGADITHA*, 3(2), 87. <https://doi.org/10.22225/jj.3.2.133.85-95>
- Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>
- 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.
- Kiseleva, E. M., Nekrasova, M. L., Mayorova, M. A., Rudenko, M. N., & Kankhva, V. S. (2016). International Review of Management and Marketing Special Issue on “Management of Systems of Socio-Economic and Legal Relations in Modern Conditions of Development of Education and Society” The Theory and Practice of Customer Loyalty Management and Customer Focus in the Enterprise Activity. *International Review of Management and Marketing* |, 6(S6), 95–103. <http://www.econjournals.com>
- Kt, I. G. A., & Suasana, G. (2017). LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH Desak Ayu Made Marcellina Dewi Giri Putri 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK PENDAHULUAN Dunia perbankan di Indonesia mengalami persaingan yang sangatlah ketat , ditandai denga. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 11, 2017: 6271–6297 *Kepuasan*, 6(11), 6271–6297.
- Masadah, Asngadi, & Triono Singgih, C. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan

- Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 197–208. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808)
- Mawarni, Syamsu, N., & Djamereng, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Pinrang. *Paradoks : Jurnal Ilmu Enkonomi*, 3(3), 71–78.
- 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>
- Närvänen, E., Kuusela, H., Paavola, H., & Sirola, N. (2020). A meaning-based framework for customer loyalty. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(8), 825–843. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2019-0153>
- Wijayanto, A. (2020). March 2020 Revised: 20. *The Effect Of Organizational Culture, Motivation, And Job Satosfication On Employee Performance*, 1(4), 492–502. <https://doi.org/10.31933/DIJDBM>