

**PENGARUH ATRIBUT KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH  
TABUNGAN BANK BJB CABANG BANDAR LAMPUNG**

**(Tesis)**

**Oleh :**

***YUYUN FITRIA***



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2018**

**PENGARUH ATRIBUT KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH  
TABUNGAN BANK BJB CABANG BANDAR LAMPUNG**

Oleh :

*YUYUN FITRIA*

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
**MAGISTER MANAJEMEN**

Pada

**Program Pascasarjana Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2018**

## ABSTRAK

# PENGARUH ATRIBUT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BANK BJB CABANG BANDAR LAMPUNG

Oleh

**Yuyun Fitria**

Salah satu industri jasa yang saat ini mengalami persaingan yang cukup ketat adalah industri perbankan. Sejalan dengan persaingan tersebut, hampir semua bank memberikan kemudahan bagi setiap nasabahnya. Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan. Pelayanan pelanggan menjadi penting bagi bank dalam upaya memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah tetap percaya pada bank dan meminimumkan nasabah pindah ke bank lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut kualitas pelayanan pada kepuasan nasabah tabungan bank bjb, dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah pada loyalitas nasabah tabungan bank bjb di Bandar Lampung.

Peneliti telah menyebarkan daftar pertanyaan / kuesioner yang berisi 32 pertanyaan yang berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan bank bjb, yang telah membuka rekening tabungan di bank bjb Cabang Bandar Lampung, KCP Bandar Jaya, dan di Kantor Kas IBI Darmajaya Lampung, dengan jumlah sampel sebanyak 160 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atribut kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Variabel atribut kualitas pelayanan secara parsial yang berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*. Sedangkan yang berpengaruh negatif adalah *assurance*, dan *emphaty*. Variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan bank BJB Cabang Bandar Lampung.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

## **ABSTRACT**

### **EFFECT OF SERVICE QUALITY ATTRIBUTES ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY BANK BJB BRANCH BANDAR LAMPUNG**

**By**

**Yuyun Fitria**

One of the service industry which is currently experiencing a fairly tight competition is the banking industry. In line with the competition, almost all banks provide convenience for every customer. Quality of service is very important in the banking business. Customer service becomes important for the bank in an effort to give satisfaction to the customer so that the customer still believe in the bank and minimize the customer move to another bank. This study aims to determine the effect of service quality attributes on customer satisfaction on bank bjb, and to know the effect of customer satisfaction on customer loyalty of bank bjb in Bandar Lampung.

Researchers have distributed a list of questionnaires containing 32 questions related to service quality variables, customer satisfaction, and customer loyalty. Respondents in this research are bjb bank savers, who have opened savings account at bank bjb branch Bandar Lampung, KCP Bandar Jaya, and at IBI Darmajaya Lampung Cash Office, with a total sample of 160 respondents.

The results of this study indicate that the variable attribute service quality simultaneously have a positive effect on customer satisfaction. The variable of service quality attribute partially that has positive effect on customer satisfaction is tangible, reliability, responsiveness. While the negative effect is assurance, and empathy. Variabel customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty savings of bank bjb Branch Bandar Lampung.

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

Judul Tesis : **PENGARUH ATRIBUT KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
DAN LOYALITAS NASABAH  
TABUNGAN BANK BJB CABANG  
BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : *Yuyun Fitria*

Nomor Pokok Mahasiswa : 1421011039

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Program Studi : Magister Manajemen Program Pascasarjana Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

**MENYETUJUI**  
Komisi Pembimbing

Pembimbing I,

Pembimbing II,

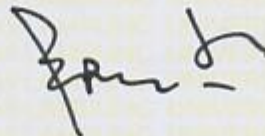


**Prof. Dr. Mahatma Kufepaksi, S.E., M.Sc**  
NIP.196004261987031001

**Dr. Mahrinasari MS., S. E, M.Sc**  
NIP. 196610271990032002

Program Studi Magister Manajemen  
Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Lampung

Ketua Program Studi,



**Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si**  
NIP.196911282000122001

MENGESAHKAN

1. Komisi Penguji :

1.1 Ketua Komisi Penguji

(Pembimbing I) : **Prof. Dr. Mahatma Kufepaksi, S.E., M.Sc.**, .....



1.2 Wakil Komisi Penguji

(Pembimbing II) : **Dr. Mahrinasari MS., S. E, M.Sc** .....



1.3 Anggota Komisi Penguji

(Penguji I) : **Prof. Dr. Satria Bangsawan., S. E, M.Si**

(Penguji II) : **Dr. Dorothy Rouly H Panjaitan, S.E., M.Si** .....



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.**

NIP. 19610904 198703 1 011

3. Direktur Program Pascasarjana



**Prof. Dr. Sudjarwo, M.S.**

NIP. 19530528 198103 1 002

Tanggal Lulus Ujian Tesis : **10 Januari 2018**

## LEMBAR PERNYATAAN PLAGIARISM

Dengan ini Saya menyatakan bahwa :

1. Tesis dengan judul “PENGARUH ATRIBUT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BANK BJB CABANG BANDAR LAMPUNG” adalah karya Saya sendiri dan Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya Penulis lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiarisme.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada *Universitas Lampung*.

Atas pernyataan ini, apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, Saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, Mei 2018

Pembuat Pernyataan



Yuyun Fitria

*Seseorang yang optimis akan melihat adanya kesempatan  
dalam setiap kesulitan, sedangkan orang pesimis melihat  
kesulitan dalam setiap kesempatan*

*(Muhammad SAW)*

*Jangan pernah terbang ketika kamu menerima pujian, dan juga  
jangan pernah tumbang ketika kamu diremehkan orang*

*(Merry Riana)*

*Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan*

*(QS Al - Insyirah:5)*

*Not everything that counts can be counted, and not  
everything that's counted truly counts*

*(Albert Einstein)*



*Segala puji hanya milik Allah SWT, atas rahmat dan nikmat  
yang luar biasa ...  
Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah  
Muhammad SAW*

*Dengan Ketulusan kupersembahkan tesis ini kepada :*

*Ibuku Marnah dan Ayahku Alm. Basyuni Zainal, yang ku  
banggakan, kakakku Rizki Ichwan dan Beddy Apriansyah,  
dan Adik - Adikku yang aku sayangi Suci Gustina dan Rio  
Saputra. Terima kasih sepenuhnya atas dorongan semangat,  
doa-doa dan perhatiannya yang telah diberikan untuk  
keberhasilanku.*

*Almamaterku tercinta*

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 18 Juni 1987, adalah anak ketiga dari empat bersaudara pasangan Bapak Basyuni Zainal dan Marnah. Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis diawali di Sekolah Dasar di SDN 2 Sukarame Bandar Lampung selesai pada tahun 1999. Kemudian melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Bandar Lampung hingga selesai pada tahun 2002. Pendidikan selanjutnya Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Bandar Lampung sampai selesai pada tahun 2005. Pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Lampung mengambil program Sarjana Ekonomi, Jurusan Ekonomi Manajemen, melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) dan menyelesaikan studi pada tahun 2009. Setelah menyelesaikan perkuliahan, penulis kemudian bekerja di PT. Trihamas Finance Cabang Lampung sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2011. Selanjutnya bekerja pada bank bjb Cabang Bandar Lampung sejak tahun 2012 hingga sekarang. Pada tahun 2014 penulis tercatat sebagai mahasiswa Program Pascasarjana Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Lampung dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran.

## SANWACANA

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Pengaruh Atribut Kualitas Pelayanan pada Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan bank BJB Cabang Bandar Lampung”. Dalam menyelesaikan Tesis ini penulis mengakui banyak hambatan dan kesulitan yang dialami dalam menyelesaikan tesis ini. Tetapi dengan ikhtiar, kerja keras, semangat, dorongan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang tulus kepada :

1. Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung dan Dosen Penguji I, yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, saran, dan pengarahan dalam proses penyusunan tesis ini.
2. Dr. Ernie Hendrawati, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
3. Prof. Dr. Mahatma Kufepaksi, S.E., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, saran, dan pengarahan dalam proses penyusunan tesis ini.
4. Dr. Mahrinasari M.S., SE., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu bersedia membantu penulis dalam penyusunan tesis ini.
5. Dr. Dorothy Rouly H Panjaitan, S.E., M.Si, selaku Dosen Penguji II yang selalu bersedia membantu penulis dalam penyusunan tesis ini.

6. Seluruh Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membekali ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan.
7. Bapak dan ibu staf administrasi Program Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
8. Kedua Orang Tuaku, Basyuni Zainal (alm) dan Marnah, terima kasih atas segala bentuk dukungan, doa dalam setiap sujud dan bentangan sejadah, yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, dan motivasi dalam penyusunan tesis ini.
9. Kakak dan adik ku tersayang, yang selalu memberikan perhatian dan motivasi dalam segala bentuk bantuan dan doa selama ini.
10. Seluruh nasabah bank bjb Cabang Lampung yang telah menjadi responden penelitian, terima kasih atas bantuan dan kepercayaan selama penelitian dalam penelitian tesis ini.
11. Bapak Aden Nurmawan selaku Pimpinan Cabang bank bjb Cabang Lampung yang banyak memberi bantuan, pengertian, motivasi, dan izin dalam penelitian ini.
12. Rekan – rekan dan Sahabat-sahabat terbaikku, terima kasih atas dukungan dan semangat yang selalu kalian berikan.
13. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan Magister Manajemen 2014, Mbak Vietha, Bang Arif, Mbak Zilzaal, Mas Ikhsan, Bastian, Mas Gatra, Ses Dian, Bang Aprizal, Angga, Heditia, Frans, Papi Amsir, Adesta, Indra Dewi, Mbak Rara, Mbak Ala, Nina, Bang Pandhu, Ibu Yuni, Mbak Leni, Pak Andy, Pak Endi, Dian O., Hariansya, Bang Ohan, Mbak Dewi, Pak Sarjono,

Pak Rahmad, Mas Satrio, Mas Anggi dan Mbak Rahma. Terima kasih atas semangat dan pertemanan selama ini.

14. Serta semua pihak yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu per satu, semoga amal perbuatan mendapat balasan dari Allah SWT dan Penulis berharap semoga tesis ini dapat berguna dan bermanfaat. Amin

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bantuan dari pihak-pihak yang disebutkan diatas maka penyusunan skripsi ini tidak mungkin selesai. Semoga bantuan yang telah diberikan akan mendapat balasan dari Allah SWT.

Bandar Lampung, Mei 2018

Penulis,

Yuyun Fitria  
1421011039

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	iv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penulisan .....	7
1.4 Manfaat Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
2.1 Kualitas Pelayanan .....	9
2.2 Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas.....	12
2.3 Kepuasan Nasabah .....	12
2.4 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	13
2.5 Loyalitas Pelanggan / Nasabah.....	15
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	15
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	18
3.1 Objek dan Jenis Penelitian .....	18
3.2 Populasi dan Sampel .....	18
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	21
3.5 Variabel dan Definisi Operasional.....	22
3.6 Pengujian Instrumen .....	25
3.7 Metode Analisis Data .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b> .....	29
4.1 Karakteristik Responden .....	29
4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	32
4.2.1 Uji Validitas .....	32
4.2.1.1 Validitas <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	32
4.2.1.2 Validitas <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	33
4.2.1.3 Validitas <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	33
4.2.1.4 Validitas <i>Assurance</i> (Jaminan).....	34

4.2.1.5 Validitas <i>Emphaty</i> (Empati).....	34
4.2.1.6 Validitas <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Nasabah).....	34
4.2.1.7 Validitas <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Nasabah).....	35
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	35
4.2.2.1 Reliabilitas <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	35
4.2.2.2 Reliabilitas <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	36
4.2.2.3 Reliabilitas <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	36
4.2.2.4 Reliabilitas <i>Assurance</i> (Jaminan).....	36
4.2.2.5 Reliabilitas <i>Emphaty</i> (Empati).....	37
4.2.2.6 Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Nasabah).....	37
4.2.2.7 Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Nasabah).....	38
4.3 Analisis Penilaian Nasabah Terhadap Variabel Kualitas .....	38
4.3.1 Variabel <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	38
4.3.2 Variabel <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	39
4.3.3 Variabel <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	40
4.3.4 Variabel <i>Assurance</i> (Jaminan).....	41
4.3.5 Variabel <i>Emphaty</i> (Empati).....	43
4.4 Analisis Penilaian Nasabah Terhadap Variabel Kepuasan .....	44
4.5 Analisis Penilaian Nasabah Terhadap Variabel Loyalitas .....	46
4.6 Pengujian Hipotesis .....	48
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan .....	48
4.6.2 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas .....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>vi</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Jumlah Nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung .....	4
1.2	Data Keluhan Nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung .....	6
3.1	Pembagian Jumlah Unit Sampel ( <i>Cluster</i> ).....	20
3.2	Variabel Operasional Penelitian.....	23
4.1	Jenis Kelamin Responden .....	29
4.2	Status Responden .....	30
4.3	Usia Responden .....	30
4.4	Latar Belakang Pendidikan Responden .....	31
4.5	Pendapatan Responden .....	31
4.6	Pekerjaan Responden .....	32
4.7	Hasil Pengujian Validitas <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	32
4.8	Hasil Pengujian Validitas <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	33
4.9	Hasil Pengujian Validitas <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	33
4.10	Hasil Pengujian Validitas <i>Assurance</i> (Jaminan).....	34
4.11	Hasil Pengujian Validitas <i>Emphaty</i> (Empati).....	34
4.12	Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Nasabah.....	34
4.13	Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Nasabah .....	35
4.14	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	35
4.15	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	36



4.16	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	36
4.17	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Assurance</i> (Jaminan).....	36
4.18	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Emphaty</i> (Empati).....	37
4.19	Hasil Pengujian Reliabilitas Kepuasan Nasabah.....	37
4.20	Hasil Pengujian Reliabilitas Loyalitas Nasabah .....	38
4.21	Penilaian Nasabah Terhadap Variabel <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	38
4.22	Penilaian Nasabah Terhadap Variabel <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	39
4.23	Penilaian Nasabah Terhadap Variabel <i>Responsiveness</i> .....	40
4.24	Penilaian Nasabah Terhadap Variabel <i>Assurance</i> (Jaminan).....	41
4.25	Penilaian Nasabah Terhadap Variabel <i>Emphaty</i> (Empati).....	43
4.26	Penilaian Nasabah Terhadap Variabel Kepuasan .....	44
4.27	Penilaian Nasabah Terhadap Variabel Loyalitas .....	46
4.28	Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan .....	48
4.29	Penilaian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan.....	48
4.30	Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan .....	50
4.31	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah .....	55
4.32	Penilaian Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Model Riset .....	16

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Peranan perbankan untuk memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan suatu negara. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Bank adalah perantara keinginan masyarakat, yaitu perantara bagi nasabah yang memiliki kelebihan uang dan menyimpan uangnya dalam bentuk giro, deposito, dan tabungan. Serta melayani kebutuhan uang dan melayani kebutuhan masyarakat melalui pemberian kredit.

Salah satu industri jasa yang saat ini mengalami persaingan yang cukup ketat adalah industri perbankan. Sejalan dengan persaingan tersebut, hampir semua bank memberikan kemudahan bagi setiap nasabahnya. Mulai dari pemberian produk berupa tabungan, giro, deposito, dan pemberian kredit yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, sampai dengan memberikan pelayanan yang prima (*service excellence*) bagi semua nasabah yang akan bertransaksi. Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan. Selain menawarkan berbagai macam produk, perbankan juga harus mampu memberikan pelayanan yang baik dari fisik maupun nonfisik yang dimaksudkan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah yang akan menabung di bank tersebut.

Pelayanan pelanggan menjadi penting bagi bank dalam upaya memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah tetap percaya pada bank dan

meminimumkan nasabah pindah ke bank lain. Pelayanan yang prima (*service excellence*) hanya bisa dipahami dari sudut pandang nasabah sehingga bank harus merumuskan pelayanan yang prima (*service excellence*) melalui sudut pandang nasabah tersebut.

Nasabah dapat memutuskan terhadap suatu produk atau jasa, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Sikap nasabah dalam menerima produk yang ditawarkan salah satunya adalah dengan bentuk pelayanan yang memuaskan. Sebuah produk yang sama akan terlihat berbeda apabila pelayanan yang diberikan lebih memuaskan nasabah. Nasabah yang semula hanya terkesan melihat-lihat produk yang ditawarkan berganti dengan perilaku pembelian produk. Suatu perusahaan termasuk bank dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah, sehingga tujuan bank dapat tercapai.

Adapun dimensi kualitas pelayanan pada perbankan diwujudkan dengan bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepastian / jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Dimensi kualitas pelayanan pada perbankan diwujudkan dengan bukti fisik (*tangible*) meliputi : fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Keandalan (*reliability*) yaitu : kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu : respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

Kepastian / jaminan (*assurance*) meliputi : kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, perhatian dan kesopanan dalam

memberikan pelayanan, serta Empati (*empathy*) yaitu : perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa bisnis perbankan saat ini mengalami persaingan yang cukup ketat. Hal ini ditandai dengan makin banyak bermunculannya bank - bank baru yang menjamur di Indonesia khususnya di daerah Bandar Lampung. Saat ini telah terdapat kurang lebih 37 bank umum di wilayah Bandar Lampung. Hal ini dapat dilihat pada Lampiran 1.

Salah satu bank umum yang ada di wilayah Bandar Lampung adalah bank bjb, bank bjb mulai berkomitmen memberikan kualitas pelayanan yang prima (*service excellence*). Bank bjb adalah bank umum yang sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat, Pemerintah Provinsi Banten, pemerintah kota / kabupaten se – Jawa Barat dan Banten, dan publik. Semula bank bjb adalah Bank Pembangunan Daerah, kini bank bjb telah bertransformasi menjadi sebuah kekuatan baru dalam perbankan nasional di Indonesia. Untuk mampu bersaing dengan bank lain, bank bjb memiliki keunggulan dalam pemberian layanan perbankan kepada nasabah perorangan dan korporasi, layanan perbankan konsumen menawarkan berbagai produk dan jasa bagi nasabah, baik produk dana maupun kredit konsumen serta memberikan kenyamanan dalam melakukan berbagai transaksi keuangan dan peluang investasi yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah bank bjb di semua kelas.

Bank bjb telah membuka cabang di berbagai wilayah di Indonesia. Salah satunya adalah di wilayah Bandar Lampung. Bank bjb Kantor Cabang Bandar Lampung telah beroperasi kurang lebih 6 tahun sejak 1 Maret 2012. Saat ini, bank bjb Kantor Cabang Bandar Lampung telah memiliki 1 Kantor Cabang Pembantu

(KCP) di wilayah Bandar Jaya Lampung Tengah, dan 1 Kantor Kas di Kampus IBI Darmajaya, dan rencana ke depan akan memperluas jaringan hingga wilayah Pringsewu, Metro, dan Tulang Bawang (Unit II). Dengan adanya ekspansi (perluasan jaringan) tersebut, maka diharapkan bank bjb akan terus maju dan berkembang, sesuai dengan slogan : “Lebih Besar, Lebih Kuat, dan Lebih Baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah”.

Seiring dengan perkembangan waktu, jumlah nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung terus mengalami perubahan sepanjang Tahun 2012 sampai dengan 2017. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 seperti berikut ini :

**Tabel 1.1 Jumlah Nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung (Konsolidasi)**

Tahun	Jumlah Nasabah (orang)				Persentase Jumlah Nasabah (%)			
	Tab	Giro	Dep	Total Nasabah	Tab (%)	Giro (%)	Dep (%)	Total (%)
2012	1131	106	40	1277	88.57	8.30	3.13	100
2013	4347	174	55	4576	94.99	3.80	1.20	100
2014	3894	307	44	4245	91.73	7.23	1.04	100
2015	3376	375	47	3798	88.89	9.87	1.24	100
2016	3454	415	50	3919	88.13	10.59	1.28	100
2017	3526	447	58	4031	87.47	11.09	1.44	100

Sumber : Data Neraca bank bjb, 2018

Data pada Tabel 1.1 di atas menggambarkan bahwa jumlah nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung sejak Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2017 mengalami perubahan yang cukup signifikan.

Jumlah nasabah terbesar bank bjb Cabang Bandar Lampung adalah nasabah tabungan, sepanjang Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2013. Hal ini sejalan dengan perubahan persentase tabungan bank bjb sepanjang Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2013.

Jumlah nasabah juga mengalami penurunan sejak Tahun 2013 sampai dengan Tahun 2017. Penurunan jumlah nasabah khususnya nasabah tabungan bank bjb Cabang Bandar Lampung harus menjadi perhatian khusus bagi pihak manajemen bank bjb, untuk mengetahui dan mengidentifikasi apakah faktor terbesar yang menyebabkan terjadinya penurunan jumlah nasabah tersebut. Penurunan ini apakah dipengaruhi oleh pemberian kualitas pelayanan yang kurang memuaskan atau ada faktor lainnya yang mempengaruhi. Selain itu, penurunan jumlah nasabah menjadi salah satu indikator bagi pihak bank bjb untuk mengetahui apakah sepanjang Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2017, nasabah yang dimiliki oleh pihak bank bjb khususnya nasabah tabungan adalah nasabah yang setia dan loyal atau tidak kepada bank bjb.

Kondisi ini juga didukung oleh hasil riset terdahulu yang telah dilakukan oleh Shidqqi (2011) dan Sabir *et al* (2014) yang menunjukkan semua atribut kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif bagi kepuasan dan loyalitas nasabah. Atribut yang pengaruhnya terbesar adalah variabel empati (*emphaty*), sedangkan atribut yang memberikan pengaruh terkecil adalah variabel bukti Fisik (*tangible*).

Berdasarkan permasalahan jumlah nasabah tabungan bank bjb yang terus mengalami penurunan, serta berdasarkan hasil riset terdahulu oleh Siddiqi (2011) dan Sabir (2014), maka penulis tertarik untuk melakukan riset dengan judul “Pengaruh Atribut Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank bjb Cabang Bandar Lampung”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang tersebut, maka dapat diidentifikasi bahwa jumlah nasabah tabungan bank bjb yang semakin menurun sepanjang Tahun 2013 sampai dengan 2017 yang diduga diakibatkan oleh ketidakpuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank bjb. Hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah keluhan yang dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini :

**Tabel 1.2 Data Keluhan Nasabah Tabungan bank bjb Cabang Bandar Lampung**

No	Jenis Keluhan Nasabah	Jumlah Nasabah yang Komplain pada Tahun 2014 (orang)	Jumlah Nasabah yang Komplain pada Tahun 2015 (orang)	Jumlah Nasabah yang Komplain pada Tahun 2016 (orang)	Jumlah Nasabah yang Komplain pada Tahun 2017 (orang)
1	Gagal Transfer / Debet Rekening Via ATM	15	12	13	9
2	Gagal Tarik Tunai di Mesin ATM	9	10	14	10
3	Kartu ATM tertelan di Mesin ATM bank lain	5	3	6	7
4	Proses pembukaan rekening yang terlalu lama	2	8	4	5
5	Sistem / jaringan komputer yang <i>offline</i>	11	12	15	10
6	Ketidakteelitian karyawan dalam melakukan transaksi penarikan dan setoran di <i>counter teller</i>	7	9	10	12
7	Informasi pemberian biaya atau tarif yang kurang diketahui nasabah	2	3	2	4
Total		51	57	64	57

Sumber : Data Keluhan Nasabah bank bjb, 2018

Data pada Tabel 1.2 di atas menggambarkan bahwa keluhan nasabah tabungan bank bjb semakin bertambah. Hal ini harus segera diantisipasi, sebab akan berpengaruh kepada ketidakpuasan nasabah.



Ketidakpuasan nasabah ini akan berpengaruh kepada loyalitas nasabah. Kondisi ini sangat relevan dengan temuan riset terdahulu Siddqi (2011) dan Sabir (2014) yang menyatakan bahwa kualitas layanan nasabah berdampak kepada kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah akan berpengaruh kepada loyalitas nasabah.

Dengan demikian, perumusan masalah di dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah atribut kualitas pelayanan berpengaruh kepada kepuasan nasabah tabungan bank bjb?
2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh kepada loyalitas nasabah tabungan bank bjb?

### **1.3 Tujuan Penulisan**

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut kualitas pelayanan pada kepuasan nasabah tabungan bank bjb.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah pada loyalitas nasabah tabungan bank bjb.

### **1.4 Manfaat Penulisan**

Penulis berharap agar tesis ini bisa memberikan manfaat :

1. Bagi Penulis
  - a Untuk mendalami pengertian dan pemahaman disiplin ilmu manajemen pemasaran pada umumnya dan perilaku konsumen pada khususnya.
  - b Sebagai media untuk menganalisis hubungan antara teori dengan realitas empiris.

## 2. Bagi Perusahaan

Penulisan tesis ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen perusahaan bank bjb untuk mengetahui faktor penyebab apakah yang mengakibatkan penurunan jumlah nasabah sepanjang Tahun 2013 sampai dengan Tahun 2017, terutama masalah yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah yang dipengaruhi oleh atribut kualitas pelayanan bank bjb.

## 3. Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi masukan atau tambahan dalam melakukan penelitian yang serupa, dengan catatan ada kelanjutan dalam penelitian ini dengan menambahkan variabel atau dimensi lain yang sekiranya masih ada atau terdapat indikasi lain dalam pencapaian kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **2.1 Kualitas Pelayanan**

Banyak pendapat mengenai definisi kualitas, karena kualitas memiliki ukuran relatif atas suatu barang atau jasa yang dinilai dari atribut, desain, dan kesesuaian bagi para pembelinya. Definisi mengenai kualitas pelayanan mungkin berbeda. Namun secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan. Dimensi kualitas pelayanan menurut Zeithaml *et al* (2008 : 34) kualitas pelayanan dapat diidentifikasi sebagai SERVQUAL sebagai berikut :

#### 1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi. Penampilan, sarana, dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Fasilitas adalah prasarana pendukung yang digunakan untuk memudahkan dalam melakukan tugas atau melakukan pelayanan kepada orang lain. Bukti fisik ini juga merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penyediaan bukti fisik sangat penting untuk mendukung pelayanan yang bersifat non fisik.

## 2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, konsisten, dan sesuai dengan harapan. Sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi tinggi. Sehingga, keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

## 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan pelanggan, misalnya kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan dalam proses transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.

## 4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya kemampuan karyawan atas : pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Rasa aman akan menimbulkan ketenangan dalam diri seseorang dalam mendapatkan produk atau jasa yang diinginkannya. Dimana cara pemenuhan terhadap kebutuhan atau keinginan rasa aman salah satunya adalah melalui jaminan hukum keselamatan bagi pelanggan.

Dimensi jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi :

- a) Kompetensi (*competence*), artinya meliputi keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan.
- b) Kesopanan (*courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian, dan sikap para karyawan.
- c) Kredibilitas (*credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan seperti reputasi, prestasi, dan sebagainya.

#### 5. Empati (*Empathy*)

Kesediaan karyawan dan pengusaha memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Dimensi empati ini merupakan penggabungan dari dimensi:

- a Akses, meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
- b Komunikasi, merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.

- c Pemahaman kepada pelanggan, meliputi : usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

## **2.2 Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas**

Kemampuan menciptakan nilai bagi pelanggan akan sangat tergantung pada komitmen perusahaan terhadap kualitas. Produk yang dipersepsikan memiliki kualitas adalah produk yang memiliki kesesuaian dengan yang dibutuhkan atau diinginkan oleh pelanggan, dan secara konsisten dapat memenuhi kepuasan pelanggan tanpa “cacat” sedikitpun. Sehingga, menurut Parasuraman (1998) perusahaan harus melakukan hal berikut ini :

1. Merancang produk berdasarkan apa yang dipersepsikan oleh pelanggan
2. Merefleksikannya ke dalam setiap aktivitas perusahaan
3. Didukung oleh komitmen total oleh semua mitra internal yang berkualitas
4. Selalu ditingkatkan sesuai dengan perkembangan dan tuntutan konsumen
5. Disadari bahwa kualitas tidak dapat melewatkan produk yang “cacat”

## **2.3 Kepuasan Nasabah**

Kotler, *et al.*, (2008 : 21) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu : dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain

hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumennya, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Kotler, *et al*, 2008 : 21). Untuk memudahkan mengenali kepuasan pelanggan, digunakan ukuran sebagai berikut :

1. Apabila kinerja > harapan, maka pelanggan sangat puas
2. Apabila kinerja = harapan, maka pelanggan puas
3. Apabila kinerja < harapan, maka pelanggan kecewa

Kepuasan dilihat sebagai pengalaman kumulatif melakukan pembelian dan pengalaman pelanggan dalam mengkonsumsi produk jasa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Indikator kepuasan nasabah perbankan yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a) Rasa nyaman yang dirasakan pelanggan terhadap fasilitas – fasilitas yang dimiliki oleh bank
- b) Rasa nyaman terhadap pelayanan karyawan
- c) Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan cepat dan tanggap
- d) Perasaan aman melakukan transaksi dengan bank
- e) Kepedulian karyawan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan

#### **2.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Kotler, *et al.*, (2008 : 22) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

- a Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi lnsung maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.

b *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan / pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.

c *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan / penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan.



Pada umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telephone, maupun wawancara pribadi.

## **2.5 Loyalitas Pelanggan / Nasabah**

Perusahaan pada umumnya menginginkan pelanggan yang diciptakannya dapat dipertahankan selamanya.

Dimensi yang biasanya digunakan untuk mengukur loyalitas diantaranya adalah intensitas pembelian kembali, kemampuan untuk memberikan rekomendasi, kemampuan membayar dan loyalitas pada saat harga tetap naik. Berdasar dimensi loyalitas konsumen yaitu komunikasi dari mulut ke mulut, intensi pembelian, sensitivitas harga dan perilaku keluhan (Zeithaml *et al*, 2008 : 37).

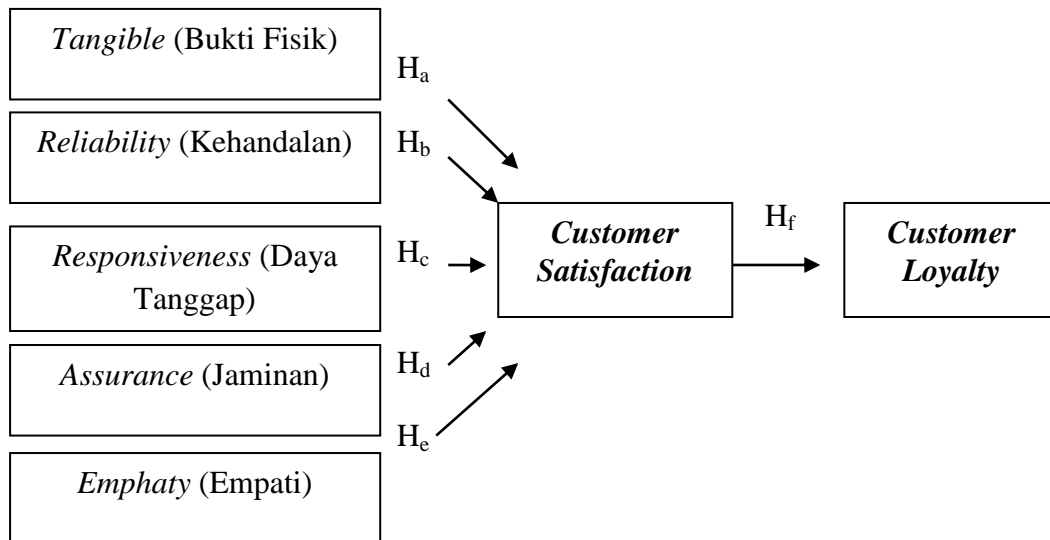
Sehingga, dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah setelah mengalami pelayanan yang dinyatakan dalam perilaku untuk menggunakan jasa bank tersebut dan mencerminkan adanya ikatan panjang antara bank dan nasabah.

## **2.6 Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih perlu diuji kebenarannya. Untuk menguji kebenaran sebuah hipotesis digunakan pengujian yang disebut pengujian hipotesis (*testing hypothesis*). Pengujian hipotesis akan membawa pada kesimpulan untuk menolak atau menerima hipotesis. Hipotesis pada riset ini mengacu pada penulisan beberapa riset terdahulu yaitu Shiddqi (2011) dan Sabir *et al* (2014) yang menyatakan bahwa atribut kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) berpengaruh kepada kepuasan nasabah (*customer satisfaction*), dan kepuasan nasabah

(*customer satisfaction*) berpengaruh kepada loyalitas nasabah (*customer loyalty*). Dengan demikian, berdasarkan dengan hal tersebut, maka pengembangan hipotesis di dalam penelitian ini bisa dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini :

**Gambar 1.1 Model Riset**



Pengembangan hipotesis penelitian :

1.  $H_{a0}$  = Variabel *tangibles* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.  
 $H_{a1}$  = Variabel *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.
2.  $H_{b0}$  = Variabel *reliability* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.  
 $H_{b1}$  = Variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.
3.  $H_{c0}$  = Variabel *responsiveness* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.  
 $H_{c1}$  = Variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.
4.  $H_{d0}$  = Variabel *assurance* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.  
 $H_{d1}$  = Variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.

5.  $H_{e0}$  = Variabel *emphaty* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.

$H_{e1}$  = Variabel *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.

6.  $H_{f0}$  = Variabel kepuasan nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.

$H_{f1}$  = Variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank bjb Cabang Bandar Lampung.

Pengujian hipotesis dapat dihitung melalui rumus sebagai berikut :

Jika  $\text{sig} < 0,05$  :  $H_0$  ditolak /  $H_a$  diterima

Jika  $\text{sig} > 0,05$  :  $H_0$  diterima /  $H_a$  ditolak

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Objek dan Jenis Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah produk tabungan pada bank bjb Cabang Bandar Lampung, dengan subjek penelitian adalah nasabah tabungan pada bank bjb Kantor Cabang Bandar Lampung. Penelitian ini dilakukan dengan menguji pengaruh atribut kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada bank bjb Cabang Bandar Lampung. Pendekatan penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian eksplanatori, yaitu : penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau membuktikan hubungan atau pengaruh antar variabel. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan data kualitatif melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden, dengan harapan dapat memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan data yang ada di lapangan, yang memberikan gambaran tentang hubungan variabel yang diteliti dengan hasil yang dianalisis.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008 : 54).

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan bank bjb Cabang Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah tabungan bank bjb, baik nasabah tabungan di Cabang Bandar Lampung, Kantor Kas IBI Darmajaya, maupun nasabah pada KCP Bandar Jaya yang dihitung secara konsolidasi (keseluruhan).

### **b. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan diteliti. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *probability sampling* merupakan teknik yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Selain itu, *probability sampling* merupakan pemilihan sampel tidak dilakukan secara subjektif, dalam arti sampel yang terpilih tidak didasarkan semata - mata pada keinginan si peneliti sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama (acak) untuk terpilih sebagai sampel (Sugiyono, 2008 : 54). Terdapat empat metode dalam *probability sampling*, salah satunya adalah metode penarikan sampel dengan sampel berkelompok, metode penarikan data sampel berkelompok merupakan suatu prosedur penarikan sampel probabilitas yang memilih sub-populasi yang disebut *cluster*, kemudian setiap elemen di dalam kelompok dipilih sebagai anggota sampel (Sugiyono, 2008 : 54), teknik *cluster sampling* yang disebut juga teknik *sampling daerah* adalah metode yang digunakan untuk memilih sampel yang berupa kelompok dari beberapa kelompok (*cluster*).

Sehingga, sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna tabungan aktif yang melakukan layanan transaksi penarikan,

penyetoran, pemindahbukuan rekening tabungan minimal 1 (satu) kali dalam sebulan pada bank bjb Cabang Bandar Lampung, KCP Bandar Jaya, dan KK IBI Darmajaya.

Dari populasi yang ada, ukuran sampel minimum diperoleh dari hasil rekomendasi menurut Hair *et al* (2010), yaitu : jumlah sampel minimal adalah 5 (lima) kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner. Total pertanyaan dalam penelitian ini adalah 32 pertanyaan, sehingga jumlah minimal ukuran sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\text{Jumlah Sampel} = 32 \text{ pertanyaan} \times 5$$

$$\text{Jumlah Sampel} = 160 \text{ orang}$$

Sehingga, jumlah sampel yang digunakan sebesar = 160 orang dengan pembagian kelompok (*cluster*) seperti Tabel 3.1 berikut ini :

**Tabel 3.1 Pembagian Jumlah Unit Sampel (*Cluster*)**

No	Nama Unit / Kantor	Persentase Pengambilan Sampel (%)	Jumlah Sampel (orang)
1	Cabang Bandar Lampung	65%	104
2	KCP Bandar Jaya	25%	40
3	KK IBI Darmajaya	10%	16
<b>Total Sampel</b>		100%	160

(Sumber : Berdasarkan Data Jumlah Nasabah bank bjb Bandar Lampung, 2018)

Pembagian persentase pengambilan sampel pada Tabel 3.1 dilakukan berdasarkan pada pembagian kelompok (*cluster*) jumlah nasabah yang dimiliki bank bjb dan pembagian wilayah bank bjb Bandar Lampung, dimana nasabah tabungan terbesar terdapat pada bank bjb Kantor Cabang Bandar Lampung, KCP Bandar Jaya, dan KK IBI Darmajaya.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah berupa *cross-sectional data*, karena peneliti mengumpulkan data hanya saat riset lapangan, sedangkan sumber data yang digunakan bersifat primer dan sekunder.

Peneliti memperoleh data primer dengan cara menyebar kuesioner kepada nasabah tabungan yang telah ditentukan sebagai responden, sedangkan data sekunder diperoleh dengan mengadakan studi pustaka dari referensi - referensi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, catatan - catatan perusahaan, serta jurnal dan hasil penelitian lainnya yang telah dipublikasikan, yang bersangkutan dengan objek dan permasalahan dalam penelitian.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Teknik yang menggunakan kuesioner adalah salah satu cara pengumpulan data dengan memberikan dan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden dapat memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Responden yang digunakan merupakan nasabah tabungan bank bjb, diminta untuk menjawab pertanyaan tentang kualitas pelayanan bank bjb, serta pengaruhnya kepada kepuasan dan loyalitas nasabah.

## 2. Wawancara

Teknik wawancara ini dilakukan dengan pengumpulan data dengan survey dan menanyakan secara langsung kepada responden, dengan tujuan untuk memperjelas hasil jawaban dari kuesioner yang telah diisi oleh responden.

## 3. Studi Pustaka

Pengumpulan data sekunder dengan mengumpulkan dan mempelajari informasi yang diperoleh dari buku – buku yang terkait, jurnal, *website*, dan artikel.

### **3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **a. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian ini terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu : variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*).

Variabel bebas dalam hal ini adalah variabel yang menjadi penyebab terjadinya atau memberi pengaruh variabel terikat, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Dalam penelitian ini, indikator - indikator variabel tersebut antara lain sebagai berikut :

#### 1. Variabel Bebas (X)

Variabel Bebas (*Independent Variabel*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah  $X_1 =$  Bukti Fisik (*Tangibles*),  $X_2 =$  Keandalan (*Reliability*),  $X_3 =$  Daya Tanggap (*Responsiveness*),  $X_4 =$  Jaminan (*Assurance*),  $X_5 =$  Empati (*Empathy*)



## 2. Variabel Terikat (Y)

Variabel Terikat (*Dependent Variabel*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah :

$Y_1$  = kepuasan nasabah tabungan bank bjb Cabang Bandar Lampung

$Y_2$  = loyalitas nasabah tabungan bank bjb Cabang Bandar Lampung

### b. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator - indikator yang membentuknya. Penulis mengadopsi indikator variabel dari Siddqi (2011) dan Sabir *et al* (2014) yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil validitas dan reliabilitas setiap item variabel yang dianggap valid dan reliabel, dengan nilai hasil pengujian *alpha cronbach* untuk variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah berada di atas nilai = 0.50, sehingga, setiap item variabel bisa diterima dan dianggap valid. Meskipun demikian, pada penelitian ini tetap dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas untuk setiap variabel penelitian pada keseluruhan sampel. Hal ini dikarenakan, indikator pada penelitian sebelumnya telah diuji kebenaran validitas dan reliabilitasnya. Variabel operasional yang digunakan di dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini :

**Tabel 3.2 Variabel Operasional Penelitian**

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala Pengukuran
	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Aspek fisik bank menarik	Skala Likert
		Penggunaan teknologi bank yang terbaru / <i>up to date</i>	
		Cara karyawan bank berpakaian	
		Laporan bank yang jelas	

<i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)		Informasi tentang produk yang jelas dan mudah dimengerti	
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan	Skala Likert
		Penanganan masalah / komplain yang cepat	
		Pelayanan yang tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan	
		Waktu operasional bank	
		Laporan yang diberikan selalu <i>up to date</i>	
	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh bank	Skala Likert
		Keinginan karyawan untuk membantu nasabah	
		Pelayanan bank dalam mengirimkan laporan bank tepat waktu	
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Jaminan keamanan di bank	Skala Likert
		Keinginan karyawan dalam menanamkan kepercayaan pada nasabah	
		Pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan	
	<i>Emphaty</i> (Empati)	Pelayanan yang diberikan karyawan dilakukan secara tulus	Skala Likert
		Pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nasabah	
Bank memahami kebutuhan spesifik nasabah			
<i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Nasabah)	<i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Nasabah)	Karyawan bank sopan	Skala Likert
		Karyawan bank dapat dipercaya	
		Karyawan dapat menjelaskan secara rinci apabila nasabah membutuhkan informasi	
		Bank menyediakan keamanan dalam penyimpanan uang nasabah	

		Bank dapat menjaga kerahasiaan data nasabah	
		Karyawan menyediakan pelayanan tepat waktu	
		Fasilitas sarana dan prasarana bank modern	
		Bank memberikan pelayanan prima ( <i>service excellence</i> )	
<i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Nasabah)	<i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Nasabah)	Saya membicarakan hal positif tentang bank kepada orang lain	Skala Likert
		Saya mendorong teman dan rekan – rekan untuk menjalin hubungan bisnis dengan bank	
		Saya berniat untuk melanjutkan hubungan bisnis dengan bank	
		Bank merupakan bank terbaik untuk dipilih oleh nasabah	
		Bank menjadi bank utama yang dipertimbangkan untuk memenuhi kebutuhan baik kredit maupun penyimpanan dana	

Sumber : Sabir *et al* (2014)

### 3.6 Pengujian Instrumen

#### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat ketepatan suatu alat ukur. Dalam penelitian ini, ketepatan alat ukur yang digunakan adalah skala likert yang digunakan pada kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan di dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2007 : 49). Pengujian validitas pada riset ini menggunakan analisis faktor.

Analisis faktor adalah analisis yang bertujuan mencari faktor-faktor utama yang paling mempengaruhi variabel dependen dari serangkaian uji yang dilakukan atas serangkaian variabel independen sebagai faktornya. (Santoso, 2006 : 13).

Perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan Program SPSS.

### 3.6.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2007 : 45), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan handal (*reliabel*) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan di dalam kuesioner itu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Suatu variabel dikatakan handal (*reliabel*) apabila nilai *Alpha Cronbach* setiap jawaban  $> 0.60$  (Sujarweni, 2015 : 192).

Pengukuran reliabilitas menurut Ghozali (2007 : 45) dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

1. *Repeated measure* atau pengukuran berulang dengan cara membagikan kuesioner kepada nasabah yang sama dengan pertanyaan yang sama dalam waktu yang berbeda, dan dilihat tingkat konsistensi jawaban nasabah yang diberikan.
2. *One shot* atau pengukuran sekali saja dengan cara membagikan kuesioner kepada nasabah tabungan bank bjb, kemudian hasilnya dibandingkan dengan jawaban pertanyaan lain, dan diukur korelasi antar jawaban pertanyaan setiap nasabah.

Perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan Program SPSS dengan teknik *one shot* atau pengukuran sekali saja.

### 3.7 Metode Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis data digunakan untuk menyederhanakan data supaya data lebih mudah diinterpretasikan. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah dan membahas data serta menguji hipotesis adalah dengan analisis regresi berganda.

Teknik analisis regresi berganda dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini karena teknik regresi berganda dapat menyimpulkan secara langsung mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan secara parsial ataupun bersama-sama.

Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + b_5 x_5 + e$$

$$Y_2 = a + b_6 x_6 + e$$

Keterangan :

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi

$Y_1$  = Kepuasan nasabah (*customer satisfaction*)

$Y_2$  = Loyalitas nasabah (*customer loyalty*)

$x_1$  = Faktor bukti fisik (*Tangibles*)

$x_2$  = Faktor keandalan (*reliability*)

$x_3$  = Faktor daya tanggap (*responsiveness*)

$x_4$  = Faktor jaminan (*assurance*)

$x_5$  = Faktor empati (*emphaty*)

$x_6$  = Faktor kepuasan nasabah (*customer satisfaction*)

$e$  = *error*

Perhitungan dilakukan dengan analisis regresi yang dihitung dengan bantuan Program SPSS.

### **3.7.2 Pengujian Hipotesis**

#### **Uji Parsial ( t )**

Uji Parsial (t) digunakan untuk menguji koefisien regresi yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen (X) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Langkah - langkah yang dilakukan dalam pengujian ini adalah :

1. Perumusan hipotesis
2. Menentukan tingkat signifikansi yaitu sebesar 5%
3. Menentukan tingkat kriteria penerimaan / penolakan hipotesis yaitu dengan melihat nilai signifikansinya :

Jika  $\text{sig} < 0,05$  :  $H_0$  ditolak /  $H_a$  diterima

Jika  $\text{sig} > 0,05$  :  $H_0$  diterima /  $H_a$  ditolak (Sujarweni, 2015 : 155)

4. Pengambilan keputusan

Apabila probabilitas tingkat t hitung lebih kecil daripada tingkat signifikansi (5%) maka variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap variabel independen.

Perhitungan pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan Program SPSS.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dengan perhitungan berbagai alat analisis serta pembahasan terhadap permasalahan secara keseluruhan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel atribut kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan bank bjb Cabang Bandar Lampung.
2. Variabel atribut kualitas pelayanan secara parsial yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan bank bjb Cabang Bandar Lampung adalah *tangible, reliability, responsiveness*. Sedangkan variabel atribut kualitas pelayanan secara parsial yang berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah tabungan bank bjb Cabang Bandar Lampung adalah *assurance, dan emphaty*.
3. Variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan bank bjb Cabang Bandar Lampung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil perhitungan dan kesimpulan pada penelitian ini, terdapat beberapa saran yang bisa diajukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh bank bjb antara lain :

1. Variabel atribut kualitas pelayanan dari sisi *assurance* (jaminan) masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal penjelasan jaminan keamanan yang diberikan bank, keinginan karyawan dalam menanamkan kepercayaan kepada nasabah, dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan. Jaminan keamanan bank berpengaruh terhadap rasa yakin nasabah apakah dana yang tersimpan di bank terjamin dari sisi keamanan. Untuk dapat mengatasi hal tersebut, bank bjb perlu memberikan edukasi sisi keamanan penyimpanan dana di bank bjb kepada setiap nasabah yang datang. Sisi keamanan yang dijelaskan berupa adanya penjaminan dana yang dilakukan oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan), sehingga nasabah tidak perlu merasa khawatir apabila melakukan transaksi di bank bjb. Selain itu, bank bjb juga melakukan pengiriman laporan transaksi yang selalu *up to date* dan transparan kepada nasabah, yang dapat dilihat melalui aplikasi bjb Digi (bjb net dan bjb sms) oleh setiap nasabah. Pengiriman laporan transaksi nasabah melalui aplikasi bjb Digi dilengkapi penggunaan *soft token* (angka khusus) yang dikirimkan kepada nasabah melalui nomor *handphone* dan alamat email pribadi yang didaftarkan oleh setiap nasabah, sehingga keamanan transaksi nasabah dapat lebih terjamin. Dengan adanya pengamanan dan transparansi transaksi, maka diharapkan kepercayaan nasabah bank bjb akan meningkat.



Selain itu, saat ini bank bjb telah lebih terfokus dalam pengembangan kinerja karyawannya. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya pelatihan dari internal dan eksternal bank bjb, pelatihan ini bertujuan agar karyawan memiliki pengetahuan yang lebih baik. Agar mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan dari semua nasabah.

2. Variabel atribut kualitas pelayanan dari sisi *emphaty* (empati) masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nasabah dan bank memahami kebutuhan spesifik nasabah. Pelayanan yang diberikan terutama pelayanan karyawan memang telah dilakukan secara tulus tetapi belum sesuai dengan kebutuhan nasabah. Untuk dapat mengatasi hal tersebut, bank bjb saat ini mulai berfokus melakukan pengembangan kompetensi karyawan dengan melakukan pelatihan dan pendidikan kepada setiap karyawan, terutama pelatihan dari sisi *service excellence* (pelayanan prima), yang mampu menggali kebutuhan nasabah dan memberikan pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik setiap nasabah. *Service excellence* (pelayanan prima) yang diberikan oleh karyawan saat ini lebih fokus ke *customer centris* (kebutuhan nasabah). Hal ini terbukti dengan menggali kebutuhan nasabah melalui latar belakang pekerjaan / usaha, latar belakang pendidikan, dan identitas nasabah yang disesuaikan dengan jenis produk dan jasa yang akan ditawarkan kepada masing – masing nasabah. Sehingga, setiap nasabah memiliki penawaran produk yang berbeda – beda disesuaikan dengan kebutuhan spesifiknya.

3. Variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan bank bjb Cabang Bandar Lampung. Akan tetapi, nilai pengaruh kepuasan nasabah masih cenderung kecil. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang telah memiliki rasa puas belum tentu menjadi loyal (setia) kepada bank bjb. Hal ini biasanya dipengaruhi oleh penawaran dari bank – bank pesaing yang memberikan keunggulan produk yang dirasa lebih menjanjikan daripada bank bjb. Sehingga, untuk dapat bersaing dengan bank lain, diharapkan bank bjb lebih melakukan pendekatan emosional kepada pihak nasabah dan memberikan *service* (pelayanan) yang lebih baik ke depannya. Dengan adanya pendekatan emosional dan pemberian *service* (pelayanan) yang lebih baik tersebut, maka nasabah akan lebih merasa dekat dan loyal (setia) kepada bank bjb.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur : Penelitian dalam Reformasi Birokrasi*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 2010, dalam skripsi Fitri Wahyuni, 2013, *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham*, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Assaf, Al, 2009, *Mutu Pelayanan Kesehatan Perspektif Internasional*, Penerbit Buku Kedokteran, Jakarta.
- Astuti, Tri, 2013, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Studi Kasus Pada Bri Cabang Sleman*, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ayuni, Zuryatina Fitri, 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pegawai pada PT. Bank Lampung Kantor Cabang Utama Bandar Lampung (Studi Kasus pada PT. Bank Lampung Kantor Cabang Utama Bandar Lampung)*, Tesis, Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi Universitas Lampung, Bandar Lampung
- Ghozali, I. 2007. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson. R., and Tatham, R., 2010, *Multivariate Data Analysis 6<sup>th</sup>ed*, Pearson Education, Inc, New Jersey.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12*. Erlangga, Jakarta.
- Kheng, Lo Liang., Mahammad, Osman., Ramayah, T., Mosahab, Rahim., 2010, *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang*, Malaysia, 2(2), 57 – 66.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., and Zeithmal, V. A, 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing*.

- Sabir, Raja Irfan., Ghafoor, Osama., Akhtar, Naeem., Hafeez, Iqra., Rehman, Asad Ur., 2014, *Factors Affecting Customer Satisfaction in Banking Sector of Pakistan (International Review of Management and Business Research, 3(2), 1015 – 1025.*
- Santoso, Singgih. *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat.* Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006.
- Siddiqi, Kazi Omar, 2011, *Interrelations Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction And Customer Loyalty In The Retail Banking Sector In Bangladesh (International Journal of Business and Management, 6(3), 12 – 30.*
- Sugiyono, 2007, *Statistika untuk Penelitian*, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna., 2015, *SPSS Untuk Penelitian*, Penerbit : Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 1997. *Manajemen Jasa. Edisi Keempat.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein, 2008, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Zeithmal, V. A., Wilson, A., and Bitner, M. J., 2008, *Service Marketing 4<sup>th</sup>ed*, The McGraw-Hill Companies, New Delhi.