



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH KREDIT DI PT. BPR PANJI ARONTA BARENG JOMBANG

Yuni Febrianti Putri¹, Tony Seno Aji², Winaika Irawati³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasyim Asy'ari

¹yunifebriantiputri01@gmail.com

Abstract.

Understanding the caliber of service at the Bank is essential in determining customer contentment and commitment. Numerous studies have demonstrated that the standard of service has an impact on customer gratification and loyalty. The aim of this research is to examine customer contentment at PT BPR Panji Aronta. This quantitative study utilized a sample size of 117 customers, employing the non-probability sampling technique. Data was collected by using of a questionnaire. The findings of this study reveal that (1) the quality of service has a favorable influence on customer commitment at PT. BPR Panji Aronta, in conjunction with Jombang. (2) Customer gratification has a favorable influence on customer commitment at PT. BPR Panji Aronta, in conjunction with Jombang. (3) The quality of service and customer contentment collectively have a favorable influence on customer commitment.

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

Abstrak

Mengetahui mutu pelayanan pada Bank tersebut perlu dilakukan agar mengetahui juga kepuasan dan kesetiaan nasabah. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa mutu pelayanan berhubungan dengan kepuasan dan kesetiaan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menggali kepuasan pelanggan di PT BPR Panji Aronta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dan jumlah sampel yang digunakan 117 nasabah dengan menggunakan teknik pengambilan Non-probability sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) mutu pelayanan berpengaruh positif terhadap kesetiaan pelanggan pada PT BPR Panji Aronta dengan Jombang. (2) Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap kesetiaan nasabah pada PT BPR Panji Aronta Bareng Jombang. (3) Mutu Pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kesetiaan nasabah.

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

LATAR BELAKANG

Industri jasa telah menjadi faktor pendorong perkembangan ekonomi dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai jenis industri memiliki persaingan yang berpengaruh terhadap pemberian kualitas pelayanan yang unggul untuk mendapatkan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Industri jasa bahkan lebih signifikan, sehingga praktisi perusahaan yang bergerak disektor jasa keuangan harus berusaha untuk memahami bagaimana nasabah memandang kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Penggerak utama kegiatan pemasaran perusahaan sering memiliki perspektif dalam hal pembangunan, pemeliharaan, atau peningkatan loyalitas nasabah terhadapnya produk/jasa (Dam & Dam, 2021).

Suatu kualitas dapat diketahui berdasarkan nilai, kesesuaian kondisi, dan kepuasan nasabah. Kualitas dapat dirasakan berdasarkan produk, layanan, dan pelayanan yang diberikan oleh sektor industri, misalnya perbankan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai cara yang tepat untuk mengetahui kepuasan dan kebutuhan nasabah dengan menyediakan jasa dan produk yang dibutuhkan. Di sisi lain, kepuasan nasabah dapat didefinisikan sebagai berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan. Hal ini juga dapat dijadikan tolok ukur untuk menentukan kepuasan pelanggan terhadap

produk dan kualitas layanan. Kepuasan nasabah mengarah pada loyalitas nasabah yang secara positif membantu pertumbuhan dan profitabilitas bisnis (Almubarak & Mohamed, 2017).

Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai evaluasi nasabah yang komprehensif terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank dan sejauh mana ekspektasi mereka terpenuhi dan memberikan kepuasan. (Al-jazzazi & Sultan, 2017). Bank bisa mengubah, memperluas, dan merancang strategi yang efektif untuk menentukan faktor-faktor yang berbeda mengenai dampak kualitas layanan untuk meningkatkan jumlah nasabah mereka berdasarkan situasi pasar yang kompetitif dengan menilai kepuasan nasabah terkait berbagai aspek yang memengaruhi kualitas pelayanan.

Dimensi penelitian meliputi kehandalan, responsif, empati, tidak berwujud dan jaminan. Tiga dimensi lain dapat ditambahkan dalam penelitian, yaitu aspek keuangan, akses, dan kompetensi pegawai. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Beberapa penelitian telah memperjelas hubungan antara kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa perlu studi lebih lanjut terhadap jenis bank lain. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi kualitas pelayanan yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah dan mengevaluasi pengaruh dimensi kualitas pelayanan (*tangibles, responsiveness*, empati, kehandalan, jaminan, aspek keuangan, kompetensi karyawan dan akses) pada kepuasan nasabah pada sektor perbankan.

Manajemen bank perlu mengutamakan apa yang dianggap penting oleh nasabah, ditinjau dari bukti pelayanan pada PT. BPR Panji Aronta mempunyai fasilitas AC, kursi, meja, adanya lahan parkir yang luas, ruang tunggu. Ditinjau dari kehandalan pegawai melayani dengan tepat waktu, serta melayani tidak membeda-bedakan, dan disiplin dan tanggung jawab. Ditinjau dari daya tanggapnya pegawai PT. BPR Panji Aronta menangani masalah dengan cepat dan mempersiapkan administrasi maupun dana yang diperlukan nasabah, Adanya jaminan yang diberikan kepada nasabah PT. BPR Panji Aronta menjamin keamanan barang yang disimpan, serta pegawai PT. BPR Panji Aronta mengatasi penawaran produk kepada nasabah maupun calon nasabah dengan baik. Pegawai PT. BPR Panji Aronta membuat nasabah merasa aman sewaktu melakukan transaksi, setiap staff harus mengetahui produk dan program yang terbaru setiap bulannya. guna melakukan perbaikan dan berusaha untuk mencapai kepuasan nasabah demi tercapainya loyalitas nasabah. Untuk itu perlu dilakukan kajian tentang kepuasan nasabah PT BPR Panji Aronta Bareng Jombang

PT BPR Panji Aronta Bareng Jombang dipilih untuk penelitian karena konsep strategi pemasaran yang mengedepankan pelanggan. Maka, perlu dilakukan penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Kredit di PT. BPR Panji Aronta Bareng Jombang".

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa dimengerti sebagai penilaian komprehensif pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank, serta tingkat pemenuhan harapan nasabah dan memberikan kepuasan (Al-jazzazi & Sultan, 2017)

Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai aspek kunci dari setiap strategi organisasi. Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang menyediakan produk dan layanan yang

memenuhi harapan pelanggan dengan tujuan akhir membangun loyalitas pelanggan jangka panjang (Almubarak & Mohamed, 2017).

Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai gabungan sikap pelanggan dan keunggulan tindakan dalam bentuk pembelian ulang dan penggunaan layanan. Loyalitas pelanggan telah diidentifikasi sebagai faktor utama dalam kesuksesan bisnis. Pentingnya loyalitas pelanggan berkaitan erat dengan dampaknya terhadap kelangsungan hidup berkelanjutan dan perkembangan perusahaan di masa mendatang (Dam & Dam, 2021).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah metode ilmiah untuk mengumpulkan informasi yang memiliki tujuan dan fungsi tertentu. studi ini adalah penelitian penjelasan, terutama penelitian untuk mengetahui dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Metode riset ini adalah metode riset kuantitatif. Metode riset kuantitatif adalah metode riset yang didasarkan pada filosofi melakukan riset secara aktif terhadap populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel secara acak dan analisis data bersifat kuantitatif. jika data dikumpulkan dengan menggunakan alat riset. dirancang untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Teknik pengambilan sampel adalah salah satu metode pengambilan sampel yang umum digunakan saat menentukan ukuran sampel dengan cara non-probability sampling dengan cara purposive sampling.

HASIL PENELITIAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas diaplikasikan untuk mengkalkulasi apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Sebuah kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan-pertanyaan di dalamnya mempresentasikan apa yang akan diukur pada kuesioner tersebut. Berdasarkan hasil analisis pengujian keabsahan untuk variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan (Y), dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan dinyatakan sah atau dapat digunakan, karena jika $R \text{ count} > R \text{ table}$ pada semua item pernyataan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diaplikasikan untuk mengetahui tingkat kekonsistenan, keandalan, atau tanggapan responden terhadap indikator dari variabel yang diberikan. Data dapat dianggap andal jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$ (Ghozali, 2018). Berikut ini adalah hasil pengujian keandalan untuk setiap variabel.

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,816	Reliabel
2	Kepuasan Nasabah (X2)	0,854	Reliabel
3	Loyalitas Nasabah (Y)	0,786	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		117
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	20.7966102
	Std. Deviation	0.96441812
Most Extreme Differences	Absolute	0.066
	Positive	0.066
	Negative	-0.044
Test Statistic		0.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil dari SPSS, 2023

Dari hasil uji normalitas pada tabel 4.16 dibawah dengan menggunakan Kolmogorv-Smirnov (K-S). Hasil dari tabel output SPSS mempresentasikan nilai Kolmogorv-Smirnov $0,200 > 0,05$. Oleh sebab itu, bisa disimpulkan bahwa nilai residual memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.309	1.827		5.642	0.000		
Kualitas pelayanan	0.081	0.066	0.124	1.234	0.220	0.632	1.582
Kepuasan nasabah	0.284	0.066	0.434	4.325	0.000	0.632	1.582

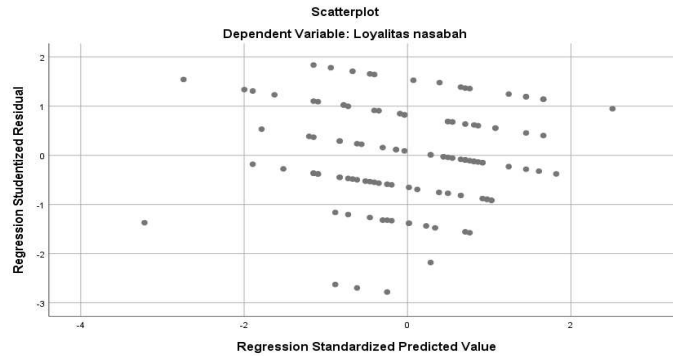
a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Sumber: Hasil dari SPSS, 2023

Ditinjau dari hasil analisis uji Multikolinieritas pada 4.8 diatas dapat disimpulkan jika nilai tolerance $0,632 > 0,10$, maka data tidak mengalami multikolinieritas. Dan hasil kalkulasi nilai VIF adalah $1,582 < 10$ mempresentasikan tidak adanya multikolinieritas (Ghozali, 2018).

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas variabel dilakukan untuk memeriksa dalam model regresi, yakni memeriksa adakah perbedaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Berikut adalah hasil uji varian dengan menggunakan software SPSS



Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Olah SPSS, 2023

Dari gambar 4.2 di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam studi ini. Hal ini diketahui dari sebaran data dalam scatterplot yang tidak membentuk pola khusus dan acak.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 18 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	10.309	1.827		5.642
Kualitas pelayanan	0.081	0.066	0.124	1.234
Kepuasan nasabah	0.284	0.066	0.434	4.325

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Sumber : data hasil dari SPSS, 2023

Dari hasil Tabel 4.18 di atas terlihat bahwa penyelesaian persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1(X_1) + b_2(X_2)$$

$$Y = 10,309 + 0,081(X_1) + 0,284(X_2)$$

Keterangan :

1) A= 10.309

Jika nilai variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel kepuasan pengguna (X2) adalah 0, maka variabel kualitas pelayanan (Y) adalah sebesar 10.309 satuan.

2) $b_1 = 0,081$

Nilai

Angka 0,081 menunjukkan hubungan yang bertentangan dengan Loyalitas Nasabah (Y). Dengan kata lain, jika Kepuasan Layanan (X1) meningkat satu tingkat, maka Loyalitas Nasabah (Y) akan menurun..

3) $b_2 = 0,284$

Koefisien sebesar 0,284, nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 poin kepuasan pelanggan (X2) meningkat 1 unit, tingkat kesetiaan pelanggan (Y) sebesar 0,284 dan variabel lainnya tetap.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Untuk variabel mutu layanan (X1), hasil ekspor tabel SPSS pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 1234$ dengan taraf signifikansi 5% dan $df = n-2 = 117-2 = 115$, sehingga $t_{tabel} = 1,65821$, sehingga t_{hitung} lebih besar daripada $t_{tabel} = 1,65821$, dan nilai signifikansi 0,220 lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel mutu layanan (X1) berdampak. Berdasarkan uji bagian variabel kepuasan konsumen (X2), ditemukan bahwa $t_{hasil} = 4,325$ pada tingkat signifikansi 5%, dengan $df = n-2 = 117-2 = 115$, sehingga t_{tabel} adalah 1,65821, sehingga $t_{hasil} = 4,325$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,65821$, dengan nilai signifikansi 0,015 < 0,05, yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen (X2) berdampak positif dan signifikan terhadap kesetiaan konsumen.

Uji Signifikan Simultan (F)

Tabel 4. 1 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	108.822	2	54.411	21.118	.000 ^b
Residual	296.297	115	2.576		
Total	405.119	117			

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah
b. Predictors: (Constant), Kepuasan nasabah, Kualitas pelayanan

Sumber : Hasil Olah data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.20 diatas, F hitung bernilai 21.118 dan signifikansi bernilai $0,00 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa signifikansi kurang dari 0,05 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh bersama-sama terhadap loyalitas nasabah di PT. BPR Panji Aronta Bareng Jombang.

Uji Koefisien determinasi (R²)

Tabel 4. 2 Koefisien determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.518 ^a	0.269	0.256	1.605

a. Predictors: (Constant), Kepuasan nasabah, Kualitas pelayanan
b. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Sumber : Hasil Olah data SPSS, 2023

Uji Koefisien Hasil uji koefisien determinasi (R²) pada Tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa nilai pada Adjusted R Square sebesar 0,256 yang setara dengan 25,6% yang berarti bahwa variabel independen (kualitas pelayanan) memiliki berpengaruh terhadap kualitas pelayanan Variabel terikat (loyalitas pelanggan) sebesar 25,6% yang berarti terbatas atau kecil, sedangkan sisanya ($100\% - 25,6\% = 74,4\%$) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Panji Aronta Dengan Jombang.

Hasil analisis data dan pengujian hipotesis Menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan PT. BPR Panji Arota dengan Jombang. Penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang disebut juga dengan H1 bahwa kualitas pelayanan memiliki pada positif terhadap loyalitas pelanggan. Indikator yang paling berpengaruh adalah asuransi dengan nomor 4 terkait staf PT. BPR Panji Aronta Guarantee (Asuransi) diberikan kepada nasabah PT. BPR Panji Aronta menjamin keamanan

barang yang disimpan serta staf PT. BPR Panji Aronta mengelola dengan baik produk yang diberikan kepada nasabah dan calon nasabah, karyawan PT. BPR Panji Aronta membuat nasabah merasa aman saat bertransaksi. dimana setiap karyawan harus mengetahui tentang produk dan program baru setiap bulannya.

2. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. BPR Panji Aronta Bareng Jombang.

Hasil penganalisisan data dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan konsumen mempengaruhi positif terhadap kesetiaan konsumen pada PT. BPR Panji Aronta Jombang. Dengan demikian, penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama atau H2 bahwa kepuasan konsumen (X2) berpengaruh positif terhadap kesetiaan konsumen. Harapan terpenuhi yaitu semua kebutuhan perdagangan klien terpenuhi oleh PT. BPR Panji Aronta, staf PT. BPR Panji Aronta memberikan pelayanan yang sangat ramah dan penuh perhatian kepada nasabah. Selanjutnya memperkenalkan service brand yaitu konsumen PT. BPR Panji Aronta selalu memberikan informasi kepada kerabatnya bahwa pelayanan di PT Panji Aronta sangat baik.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah oleh PT BPR Panji Aronta Bareng Jombang.

Temuan analisis data dan uji hipotesis menunjukkan bahwa mutu layanan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap kesetiaan konsumen di PT. BPR Panji Aronta, dengan demikian dapat dipahami bahwa hipotesis ketiga atau H3 menyatakan bahwa mutu layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap kesetiaan pelanggan (Y) dapat diterima. Terlihat bahwa hasil analisis uji yang diolah peneliti dengan menggunakan SPSS berdasarkan nilai R squared adjusted pada tabel koefisien determinasi adalah 0,256, sehingga dapat diketahui bahwa variabel independennya adalah mutu produk. penjabaran layanan dan kepuasan konsumen, yang dapat menjelaskan variabel kesetiaan konsumen sebesar 25,6%. Sementara 74,4% kesetiaan konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam studi ini, hasil ini menunjukkan bahwa mutu layanan dan kepuasan kesetiaan konsumen berturut-turut.

KESIMPULAN

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. BPR Panji Aronta.
2. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah diketahui bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan pelanggan di PT. BPR Panji Aronta.
3. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, diketahui bahwasannya variabel mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh simultan pada loyalitas nasabah di PT. BPR Panji Aronta..

SARAN

- a. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas model penelitian ini dengan menambahkan faktor-faktor lain yang berpengaruh pada kesetiaan pelanggan selain faktor kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang didukung oleh teori dan isu-isu terkini. Peneliti berikutnya juga dimohon untuk meluaskan cakupan wilayah dan lokasi penelitian sehingga hasil penelitian dapat diterapkan lebih luas lagi.

- b. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dijelaskan, maka

peneliti dapat memberikan saran, PT. BPR Panji Aronta Bareng diharapkan dapat meningkatkan lagi dalam hal pemberian fasilitas kredit dengan membuat produk baru dalam pemberian kredit sehingga dapat menarik nasabah baru terutama untuk pengembangan sektor UMKM. Dengan mengaplikasikan berbagai strategi untuk mengoptimalkan jumlah nasabah baru, mulai dari menawarkan layanan yang menarik, memberikan kemudahan pada penyimpanan dana di bank, serta memberikan jaminan keamanan dana yang tersimpan. Dan selalu mempertahankan dan menjaga reputasi bank di mata masyarakat, sehingga tidak hanya untuk nasabah kredit saja, dengan citra yang baik bank dapat menarik penabung serta deponan– deponan baru yang bersedia menempatkan dana ya di PT. BPR Panji Aronta .

Daftar Pustaka

- Al-jazzazi, A., & Sultan, P. (2017). Demographic differences in Jordanian bank service quality perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 35(2), 275–297. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2016-0091>
- Almubarak, M., & Mohamed, J. (2017). The impact of customer service quality on customer satisfaction in Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 1–11.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Al-jazzazi, A., & Sultan, P. (2017). Demographic differences in Jordanian bank service quality perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 35(2), 275–297. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2016-0091>
- Almubarak, M., & Mohamed, J. (2017). The impact of customer service quality on customer satisfaction in Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 1–11.
- Anwar, S., Min, L., & Dastagir, G. (2019). Effect of Service Quality , Brand Image , Perceived Value on Customer Satisfaction and Loyalty in the Chinese Banking Industry. *International Journal of Business, Economics and Management Works*, 6(3), 24–30.
- Arcand, M., PromTep, S., Brun, I., & Rajaobelina, L. (2017). Mobile banking service quality and customer relationships, *International Journal of Bank Marketing*. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1066–1087.
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmuzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134–158. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Cahyani, N. M., Indriyanto, E., & Masripah, S. (2016). Uji Validitas dan Reabilitas Terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan dan Pembelian. *Information System For Educators and Professionals*, 1(1), 21–34.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand

- Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Dewi, I. G. A. A. O. (2021). Mendiskusikan Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian Dalam Penyusunan Disertasi : Sebuah Kajian Teoritis. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(1), 31–39. <https://doi.org/10.22225/kr.13.1.2021.31-39>
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Ekka, P. M. (2021). A review of observation method in data collection process. *IJRTI International Journal for Research Trends and Innovation*, 6(12), 17–19.
- grocery Filipe, S., Marques, S. H., & Salgueiro, M. de F. (2017). Customers' relationship with their store: Direct and moderating effects from store format and loyalty programs. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 37, 78–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.03.002>