

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa penelitian yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik inferensial dengan bantuan program WarpPLS 7.0, maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini antara lain:

1. *Relationship marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan petani. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa semakin baik *relationship marketing* yang dilakukan oleh pabrik gula maka tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan petani.
2. *Relationship marketing* berpengaruh significant erhadap loyalitas petani. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik *relationship marketing* yang dilakukan oleh pabrik gula maka loyalitas petani akan semakin baik pula, begitupula sebaliknya jika semakin rendah *relationship marketing* yang dilakukan oleh pabrik gula maka akan semakin rendah loyalitas petani.
3. *Corporate image* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan petani. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa semakin baik *corporate image* yang dilakukan oleh pabrik gula maka tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan petani.
4. *Corporate image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas petani. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik *corporate image* yang dilakukan oleh pabrik gula maka kepuasan petani akan semakin baik pula, begitu pula

sebaliknya jika semakin rendah *corporate image* yang dilakukan oleh pabrik gula maka akan semakin rendah loyalitas petani.

5. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan petani. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dilakukan oleh pabrik gula maka kepuasan petani akan semakin baik pula, begitu pula sebaliknya jika semakin rendah kualitas layanan yang dilakukan oleh pabrik gula maka akan semakin rendah kepuasan petani.
6. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas petani. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dilakukan oleh pabrik gula maka loyalitas petani akan semakin baik pula, begitu pula sebaliknya jika semakin rendah kualitas layanan yang dilakukan oleh pabrik gula maka akan semakin rendah loyalitas petani.
7. Kepuasan petani tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas petani. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa semakin baik kepuasan petani yang dilakukan oleh pabrik gula maka tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas petani.

5.2 Keterbatasan penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu: penelitian yang dilakukan masih dalam masa pandemik Covid-19 dimana penyebaran sangat massif sehingga data yang dikumpulkan tidak bisa merata pada area Jawa Timur. Hal ini dilakukan dengan adanya keterbatasan waktu, biaya dan kesehatan.

5.3 Saran

Dari hasil analisa, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya:

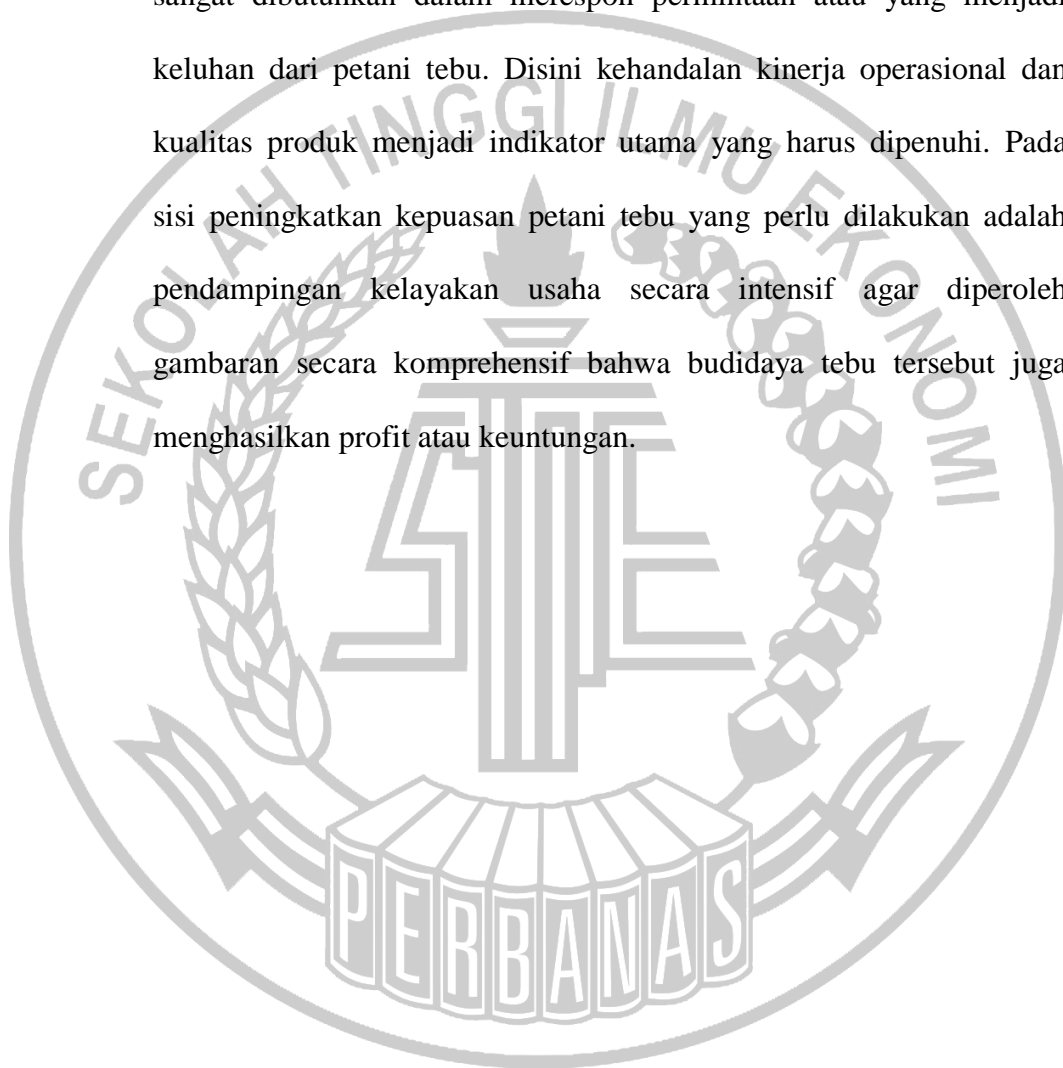
Melakukan stratifikasi responden berdasarkan wilayah Kabupaten di Provinsi Jawa Timur sehingga sampel yang diteliti akan memiliki distribusi yang sama dan juga dengan menambah jumlah sampel. Disamping itu pula dapat diteliti antara kepuasan dan loyalitas terhadap variabel mediasi. Variabel tersebut adalah *Switching Costs* dapat dijadikan objek penelitian kedepan.

2. Bagi PTPN X

Terdapat berbagai faktor yang menjadikan unsur pembentuk dari loyalitas petani. Dari hasil penelitian ini maka perusahaan yang menjadi prioritas utama adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada kepuasan petani yang memiliki nilai bobot tertinggi. Selain itu pula prioritas berikutnya adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan terhadap loyallitas petani. Demikian jika indikator konstruk yang bernilai kecil tetap harus diperhatikan dan jangan sampai mengalami penurunan terutama bagaimana menterjemahkan *voice of consumer* kedalam bisnis proses agar ekspektasinya dari petani sesuai harapan dan bahkan lebih.

Untuk meningkatkan *relationship marketing* antara pabrik gula dan petani tebu tentunya harus dapat memahani nilai dan tujuan antara keduanya sebagai mitra bisnis. Bagi pabrik gula dengan

memberikan perhatian akan pelayanan yang cepat mengenai administrasi kredit untuk modal kerja, transparansi penentuan rendemen dan harga gula yang baik. Dalam meningkatkan *corporate image* perusahaan keterlibatan manajemen sebagai penentu kebijakan sangat dibutuhkan dalam merespon permintaan atau yang menjadi keluhan dari petani tebu. Disini kehandalan kinerja operasional dan kualitas produk menjadi indikator utama yang harus dipenuhi. Pada sisi peningkatan kepuasan petani tebu yang perlu dilakukan adalah pendampingan kelayakan usaha secara intensif agar diperoleh gambaran secara komprehensif bahwa budidaya tebu tersebut juga menghasilkan profit atau keuntungan.



DAFTAR RUJUKAN

- Adnyana, I. P. C. P., Mohktar, M. S. (2019). Peran Stakeholder Dalam Pemberdayaan Petani Tebu Di Kabupaten Dompu Provinsi NTB. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, Vol 13, No 1, pp. 14-21.
- Ali, F., Kim, W. G., Li, J., Jeon, H. M. (2018). Make it delightful: Customers' experience, satisfaction and loyalty in Malaysian theme parks. *Journal of destination marketing & management*, Vol 7, pp. 1-11.
- Alma, B. (2016). *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa dan Umum*. Edisi Revisi, Bandung: Alfabeta.
- Almassawa, S. F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra perusahaan dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol 6, No 3, pp. 69-84.
- Amaliyah, N. P., Sunarti, S. (2018). Analisis Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Java Dancer Coffee Roaster). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 5, No 1, pp. 222-228.
- Amelia, F., Keni (2019). Pengaruh Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Dan Product Innovation Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Rebranding All New Sour Sally). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 3, No 1, pp. 68-73.
- Apriyanti, P., Surya, D., dan Lutfi, L. (2017). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol 1, No 2, pp. 159-166.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., dan Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol 9, No 1, pp. 79-89.
- Azmie, U., Dewi, R. K., Sarjana, I. D. G. R. (2019). Pola Kemitraan Agribisnis Tebu Di Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto. *Agrisociomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, Vol 3, No 2, pp. 119-130.

- Becker, J. M., Ismail, I. R. (2016). Accounting for sampling weights in PLS path modeling: Simulations and empirical examples. *European Management Journal*, Vol 34, No 6, pp. 606–617.
- Boateng, S. L. (2019). Online relationship marketing and customer loyalty: a signaling theory perspective. *International Journal of Bank Marketing*, Vol 4, No 8, pp. 55-75.
- Bojei, J., Abu, M. L. (2014). The underlying dimensions of relationship marketing in the Malaysian mobile service sector. *Journal of Relationship Marketing*, Vol 13, No 3, pp. 169-190.
- Brodie, R. (2017). Enhancing theory development in the domain of relationship marketing: How to avoid the danger of getting stuck in the middle. *Journal of Services Marketing*, Vol 31, No 1, pp. 20–23.
- Dewi, A. A. C. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pelanggan Sushi Tei Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol 3, No 1, pp. 1-9.
- Dewi, K. N. M., Jayawarsa, A. K., Purnami, A. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPR Sari Jaya Sedana di Klungkung. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, Vol 2, No 1, pp. 18-30.
- Elaman, D. O., dan Agustin, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Sipulung Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(5).
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Business Studies*, Vol 2, No 2, pp. 80-105.
- Firmansyah, D., dan Prihandono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 7(1), 120-128.
- Ghofur, M. A., & Oetomo, H. W. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Penataan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi ke-8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gilninia, S, M. A., Askarirankouh, Farokhi, dan Alireza. (2013). "Overview of Customer Relationship Management and Relationship Marketing." *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol 2, No 12, pp. 66–72.
- Grunig, J. E., Hunt, Todd T. (2015). *Managing Public Relations*. United States of America: Harcourt Brace Javanovich College Publisher.
- Gummerus, J., Von Koskull, C., Kowalkowski, C. (2017). Guest editorial: Relationship marketing—past, present and future. *Journal of Services Marketing*, Vol 3, No 1, pp. 1–5.
- Gummesson, E. (2017). From relationship marketing to total relationship marketing and beyond. *Journal of Services Marketing*, Vol 31, No 1, pp. 16–19.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Second Edition. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Herfianti, M., Saputra, D. W. (2018). Hubungan Implementasi Relationship Marketing Dengan Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Bri Syariah Kantor Cabang Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol 6, No 2.
- Ibrahim, M., dan Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Ishak, A., dan Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat*, 15(1), 55-66.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Jasfar, F. (2015). *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.
- Karim, D., Sepang, J. L., Soepeno, D. (2020). Pengaruh Relationship Marketing Dan Suasana Kafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Kopi Billy Kawasan Megamas. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 8, No 1.

- Kaur, H., Soch, H. (2018). Satisfaction, trust and loyalty: Investigating the mediating effects of commitment, switching costs and corporate image. *Journal of Asia Business Studies*, Vol 12, No 4, pp. 361–380.
- Khotimah, C., Hidayat, K. (2016). Pengaruh Relationship Marketing Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Terhadap Pelanggan Indihome PT. Telkom, Tbk. Sto Klojen Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 36, No 1, pp. 121-128.
- Khusaeni, A. (2016). Hubungan Kualitas Pelayanan, Citra Sekolah, Kepuasan Siswa dan Loyalitas Siswa (Studi Empirik di SMK Negeri Rembang, Pasuruan, Jawa Timur). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 14, No 4, pp. 657-666.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2015). *Marketing An Introducing*. Prentice Hall: Pearson Education inc
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2016). *Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Utama.
- _____. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusuma, E. C. (2018). Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator. *Jurnal bisnis dan Manajemen*, 5(1).
- Kwan, R., Carlson, J. L. (2017). The ties that bind us: Examining relationship marketing orientation and its impact on firm performance in the information systems outsourcing services sector. *Journal of Strategic Marketing*, Vol 25, No 5, pp. 495-510.
- Kyei, D. A., Narteh, D. B. (2016). Relationship Marketing Practices and Customer Satisfaction in the Ghanaian banking Sector. *European Journal of Business and Management*, Vol 8, No 16.
- Lesmana, H. (2016). Pengaruh Kualitas Kepuasan dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pengguna Kawasan Industri. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 14, No 4, pp. 788-801.
- Lucas, R. W. (2015). *Customer service: Skills for success* (Sixth Edition). New York: McGraw-Hill Education.
- Lukito, A. (2019). Loyalitas Petani Tebu Rakyat Berkaitan Dengan Perilaku Petani, Peran Pemerintah Dan Pabrik Gula Di Jawa Timur (Studi Kasus di

Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur). *Paradigma Agribisnis*, Vol 2, No 1, pp. 1-11.

Makamuri, T. B., Harsono, S. (2018). The Effect Of Trust And Service Quality On Loyalty Mediated By Customer Satisfaction At PT Bank Nusa Tenggara Timur, Waingapu Branch Office, Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol 6, No 9.

Malhotra, N. K. (2015). *Marketing Research, an Applied Orientation*, Second Edition. Singapore: Prentice-Hall, Inc.

Malik, M. S, H., Ali., T Ibraheem. (2017). “Consequences Of Relationship Marketing On Customer Loyalty.” *International Journal of Research*, Vol 5, No 2, pp. 180–90.

Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol 10, No 2, pp. 201-216.

Nurjayanti, E. D., Naim, S. (2014). Analisis Kelayakan Usahatani Tebu (Studi Kasus Petani Tebu Mitra PG. Pakis Baru di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati). *Mediagro*, Vol 10, No 1.

Payne, A., Frow, P. (2017). Relationship marketing: Looking backwards towards the future. *Journal of Services Marketing*, Vol 31, No 1, pp. 11–15.

Pradana, F. (2019). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193-212.

Pratama, G. W. S., Nurcaya, I. N. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Ekuitas Merek Yang Dimediasi Oleh Citra Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, Vol 5, No 7, pp.4253 – 4280.

Pratiwi, S. W., Suparwan, C. K., Alfaridi, N. (2019). Pengaruh Integrated Marketing Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, Vol 5, No 2, pp. 207-212.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Cetakan Pertama). Bandung: CV Pustaka Setia.

Rachma, N., Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen

Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Malang (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol 8, No 13, pp. 52-64.

Rahyuda, I. K., Atmaja, N. P. C. D. (2018). Pengaruh kewajaran harga, citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna penerbangan domestik Gia di Denpasar. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, Vol 15, No 3, pp. 370-395.

Rajagukguk, R. J., Kasmiruddin. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Industri Jasa Bengkel (Kasus PT. Mewah Kencana Motor Pekanbaru). *JOM FISIP*, Vol 2, No 2, pp. 1–13.

Rangan, F. V. L. (2015). Analisis Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol 3, No 3, pp. 286-299.

Rangkuti, F. (2016). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ratih, I. A. B. (2018). Pengaruh kinerja produk, pelayanan dan sumberdaya manusia terhadap niat pembelian ulang melalui Citra perusahaan dan kepuasan pelanggan PT Asuransi Jiwasraya. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, Vol 13, No 2, pp. 176-198.

Rozaq, F. A., Harsono, Soni. (2017). The Effect Of Brand Image And Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty Of Iphone Users In Surabaya. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, Vol 7, No, 79, pp. 261-269.

Sari, N. (2018). Service Quality, Company Image, Trust and Its Influence On Customers' Satisfaction and Loyalty at Bank Syariah Mandiri (BSM) Meulaboh Branch Office. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, Vol 6, No 2, pp. 235-252.

Sari, Y. K. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol 17, No 2, pp. 1–14.

Saufi, M. (2019). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Petani Tebu Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Terhadap Pabrik Gula Pesantren Baru. *REVITALISASI*, Vol 6, No3, pp. 19-26.

Scott, J. C. (1972). *Perlawanan Kaum Tani*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- Sefesiyani, A. (2015). Pengaruh relationship marketing (pemasaran relasional) terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya pada loyalitas nasabah (Survei pada nasabah tabungan Bank Central Asia kantor cabang pembantu Dinoyo Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 28, No 2.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *PERFORMA*, Vol 1, No 6, pp. 755-764.
- Sitorus, T., Yustisia, M. (2018). The Influence Of Service Quality And Customer Trust Toward Customer Loyalty: The Role Of Customer Satisfaction. *International Journal for Quality Research*, Vol 12, No 3.
- Solimun, F, A., Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Permodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarPLS*. Malang: UB Press
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suparwata, D. M. (2017). Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sinarmas Kantor Cabang Mataram. *JMM UNRAM-UNRAM Management Review*, Vol 6, No 1.
- Surbakti, A. S. I. (2016). Peran Elit Partai Golkar Dalam Pemenangan Pileg 2014 Kabupaten Langkat. *Jurnal POLITEIA*, 8(1), 25-32.
- Synathra, V., Sunarti, S. (2018). Pengaruh Relationship Marketing terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah (Survei pada Nasabah Tabungan BCA Kantor Kas Sawojajar Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 55, No 1, pp. 115-124.
- Tandon, U., Kiran, R., Sah, A. (2017). Analyzing customer satisfaction: users perspective towards online shopping. *Nankai Business Review International*, Vol 8, No 3, pp. 266-288.
- Tjahjaningsih, E. (2016). Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang). *Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol 28, No 2.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, F., Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Toriman, M., Asnawati. (2016). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*. Vol 8, No 1, pp. 66-79.
- Tutik., Noor, I., Hayat, A. (2014). Peran Stakeholder dalam Pengembangan Tebu Rakyat (Studi pada Wilayah Kerja Pabrik Gula Redjosarie Kabupaten Magetan). *Jurnal Administrasi Publik*, Vol 2, No 5, pp. 823-829.
- Ubaidillah, F., Rohman., Rofiaty. (2017). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Funding Bank Sinarmas Kantor Cabang Padang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 4, No 1, pp. 99–110.
- Wang, T., Chaipoopirutana, S. (2015). A Study of the Factors Influencing Customer Loyalty: A Case Study of Thai Airways. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, Vol 4, No 2, pp. 67-76.
- Wardani, N., Lie, D., dan Butarbutar, M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Tiara Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol 3, No 2, pp. 25-32.
- Widjaja, C. O. (2016). Pengaruh Relationship Marketing terhadap Customer Loyalty dan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada PT. Fuboru Indonesia di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 10, No 2, pp. 52-58.
- Wongsansukcharoen, J., Trimetsoontorn, J., Fongsuwan, W. (2015). Social CRM, RMO and Business Strategies Affecting Banking Performance Effectiveness in B2B Context. *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol 30, No 6.
- Yoganathan, Dhanushantini, Charles J., Paramaporn T, (2015). The Influence of relationship marketing orientation on brand equity in banks. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol 26, pp. 14-22.
- Yudiana, F. E., Setyono, J. (2016). Analisis Corporate Social Responsibility, Loyalitas Nasabah, Corporate Image dan Kepuasan Nasabah pada Perbankan Syariah. *Inferensi: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol 10, No 1, pp. 93-114.
- Yulisetiari, D. (2016). The Effect of Relationship Marketing towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Franchised Retailers in East Java. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol 7, No 1.

Zaid, S. (2018). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Sulawesi Tenggara. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, Vol 11, No 3, pp. 411-426.

