

**PENGARUH KEANDALAN, NILAI KENYAMANAN, DAN KOMITMEN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN
BANK BJB DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

**NADHIRA QAYS ARIKAWATI
2013210315**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

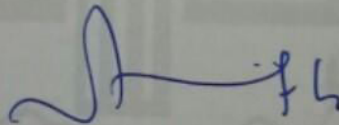
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Nadhira Qays Arikawati
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 30 Mei 1995
N.I.M : 2013210315
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
J u d u l : Pengaruh Keandalan, Nilai Kenyamanan, dan
Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BJB di
Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

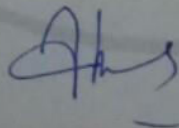
Tanggal : 23 Maret 2017



(Dra. Ec. Aniek Maschudah I., M.Si)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Tanggal :



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)

**PENGARUH KEANDALAN, NILAI KENYAMAN, DAN KOMITMEN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN
BANK BJB DI SURABAYA**

Nadhira Qays Arikawati
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2013210315@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

Banking industry in Indonesia was very competitive and growing. People nowadays have bank account already. This study is examining the influence of reliability, convenience value and commitment on costumers' loyalty of BJB in Surabaya. Samples are 74 respondents who are saving in BJB. Technique analysis was used multiple regression analysis. From the collected data, the results found that reliability, convenience value and commitment have significant effect on costumers' loyalty of BJB in Surabaya. The results also found that reliability has positive significant effect on costumers' loyalty of BJB in Surabaya, convenience value has positive significant effect on costumers' loyalty of BJB in Surabaya, and commitment also has positive significant effect on costumers' loyalty of BJB in Surabaya.

Keywords : *Reliability, Convenience Value, Commitment, and Customer Loyalty*

Pendahuluan

Perkembangan dunia perbankan saat ini semakin ketat. Timbulnya persaingan yang cukup ketat tersebut menyebabkan pihak bank berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif. Disamping itu, para produsen berlomba-lomba untuk memberikan produk dan jasa untuk menarik perhatian nasabah serta menawarkan berbagai kemudahan transaksi yang bisa didapatkan. Salah satu produk perbankan yang paling diminati adalah Tabungan. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat yang sudah sepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, ataupun alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Adapun tujuan nasabah menabung yaitu menyisihkan sebagian hasil pendapatan nasabah sebagai simpanan di masa yang akan datang serta

sebagai alat untuk melakukan transaksi bisnis. Keuntungan menabung di bank adalah karena melakukan penyimpanan di bank itu aman, kemudahan untuk melakukan transaksi dengan adanya atm, kesempatan mendapatkan hadiah dimana bukan hanya bunga dan bagi hasil saja yang bisa anda akan memiliki kesempatan untuk mendapatkan hadiah dan ini sudah merupakan bagian dari promo bank untuk menarik minat nasabah untuk menggunakan jasa mereka, lalu untuk mengelola keuangan agar lebih terencana contohnya untuk simpanan dana pendidikan anak ataupun hal tak terduga lainnya yang terjadi dimasa depan, dan yang terakhir sebagai investasi jangka panjang, serta cadangan saat ada kebutuhan mendesak contohnya untuk menganstipasi hal yang tak diharapkan anda sudah memiliki cadangan dan tidak perlu bingung dan tidak perlu berhutang

karena memiliki dana di tabungan. Lembaga keuangan yang menyediakan fasilitas tabungan salah satunya adalah Bank BJB. Bank BJB adalah Bank Pembangunan Daerah (BPD) atau bisa disebut bank Jawa Barat dan Banten dimana bank BJB ini sebelumnya bernama bank . Bank BJB sendiri sudah berkembang dan tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia. Dimana saat ini bank BJB memiliki 1 kantor pusat, 62 kantor cabang utama, dan 312 kantor cabang pembantu serta 531 ATM yang tersebar di hampir seluruh kota di Indonesia. Produk tabungan yang ditawarkan bank BJB ada beberapa yaitu tabunganKu dimana tabungan ini dikhususkan untuk para pelajar dengan kemudahan yang ditawarkan untuk anak sekolah yaitu seperti tanpa biaya administrasi bulanan, kemudian ada simpeda dimana produk ini memang disediakan disemua bank pembangunan daerah, berikutnya ada bjb Tandamata dimana produk ini adalah produk tabungan unggulan bank BJB hanya dengan setoran awal sebesar Rp 50.000 nasabah bisa memiliki rekening tabungan tandamata serta nasabah diikutsertakan dalam program undian berhadiah “Petik Hadiah bank BJB” secara rutin dengan memberikan hadiah terbesar dan didalam bjb Tandamata ini dibagi menjadi tiga

kategori yaitu Tandamata berjangka, Tandamata bisnis, Tandamata Gold yang membedakan hanya setoran pertama yang berlaku kelipatan senilai Rp 50.000. Bank BJB merupakan salah satu bank pemerintah daerah yang memiliki nasabah tabungan yang banyak. Pada bulan juni 2012 jumlah tabungan Bank BJB lebih tinggi dibanding jumlah tabungan Bank JATIM yaitu sebesar Rp 6.006.218.000.000, pada bulan Juni 2013 tabungan Bank BJB sebesar Rp 7.607.756.000.000, pada bulan Juni 2014 yaitu sebesar 8.994.918.000.000, pada bulan Juni 2015 sebesar 9.797.524.000.000, dan pada bulan Juni 2016 sebesar 12.224.045.000.000 lebih rendah dibandingkan Bank JATIM yaitu sebesar 3.224.346.000.000. Dilihat dari perkembangannya, nilai perkembangan tabungan bank BJB pada periode 2012-2013 jumlah perkembangan tabungan Rp 1.601.538.000.000 di periode 2013-2014 tabungan bank BJB mengalami penurunan yaitu Rp 1.387.162.000.000, kemudian pada periode 2014-2015 mengalami penurunan yang cukup drastis mencapai Rp 802.606.000.000 namun pada periode 2015-2016 mengalami kenaikan sebesar Rp 3.149.879.000.000 dimana disini terjadi ketidakstabilan dan menandakan adanya masalah di dalam bank BJB.

Tabel 1
Data Perbandingan Laporan Posisi Keuangan
Tabungan Bank Bjb Dan Bank Jatim
(Dalam Jutaan)

TAHUN	BJB	SELISIH	JATIM	SELISIH
JUNI 2012	6,006,218	1,601,538	6,425,866	571,546
JUNI 2013	7,607,756		6,997,412	
JUNI 2013	7,607,756	1,387,162	6,997,412	1,004,111
JUNI 2014	8,994,918		8,001,523	
JUNI 2014	8,994,918	802,606	8,001,523	1,018,176
JUNI 2015	9,797,524		9,019,619	
JUNI 2015	9,797,524	3,149,879	9,019,619	3,224,346
JUNI 2016	12,224,045		12,244,045	

Sumber : Laporan Posisi Keuangan (Neraca) Bank BJB dan Bank JATIM

Kesetiaan nasabah atau loyalitas nasabah berperan penting dalam industri perbankan karena bisnis jasa dipersepsi oleh lebih peka, karena *Relationship Marketing* yang baik adalah nasabah sangat merasa diperhatikan, kualitas pelayanan kepada nasabah menjadi penilaian, produk atau jasa yang ditawarkan sangat bermanfaat. Kesetiaan nasabah juga sangat menguntungkan perusahaan, salah satu keuntungan utamanya adalah meningkatkan aset perusahaan. Selain itu nasabah merupakan modal perbankan untuk mendapatkan dana, baik nantinya digunakan pada pembiayaan maupun untuk berinvestasi bagi bank itu sendiri. Sehingga kehati-hatian bank dalam menjaga loyalitas nasabah lebih ditingkatkan. Menurut Kotler (2012:13), cara yang lebih baik untuk mempertahankan nasabah adalah dengan memberikan kepuasan nasabah yang optimal. Menciptakan kepuasan nasabah bukan salah satu tujuan akhir industri perbankan. Melainkan bagaimana cara industri perbankan dapat menciptakan loyalitas dan dapat mempertahankan para nasabahnya karena loyalitas nasabah, bank dapat menangkap peluang yang cukup besar. Tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menguji pengaruh keandalan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank BJB di Surabaya.
2. Untuk menguji pengaruh nilai kenyamanan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank BJB di Surabaya.
3. Untuk menguji pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah tabungan bank BJB di Surabaya.
4. Untuk menguji adanya pengaruh secara simultan variabel keandalan, nilai kenyamanan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah tabungan bank BJB di Surabaya.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Loyalitas Nasabah

Menurut Kotler (2012:47) konsumen yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari seberapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk merekomendasikan orang lain untuk membeli. Menurut Ndubisi (2005) dalam Peyman Jesri et.,al (2013:305) mempertimbangkan bank tersebut sebagai pilihan pertama yang dipilih di antara bank-bank lain yang ada dan mempunyai keterikatan untuk melanjutkan pembelian dan memakai jasa bank tersebut. Menurut Fandy Tjiptono (2016:211) loyalitas nasabah adalah respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa atau bank yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis.

Menurut Dimitriadis (2006) dalam Zeyad M.EM.Kishada dan Norailis Ab.Wahab (2013:265) Loyalitas nasabah yaitu Setia kepada bank artinya nasabah tidak akan berpindah ke lain bank dan tetap menggunakan produk atau jasa bank yang sudah dipilihnya. Melakukan transaksi secara teratur dan berulang-ulang yaitu nasabah selalu rutin bertransaksi di bank yang menjadi pilihannya tersebut. Merekomendasikan produk-produk bank ke orang lain yaitu nasabah akan memberi respon yang positif dengan melakukan *word of mouth* kepada rekan-rekan mereka. Merekomendasikan pelayanan bank ke orang lain yaitu sama seperti merekomendasikan produk-produk bank bedanya sekarang adalah tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Tidak tertarik beralih ke bank lain yaitu sikap nasabah yang sudah merasa puas sehingga tidak tertarik untuk berpindah ke bank lain atau bank pesaing.

Keandalan

Menurut Kotler (2012:284) keandalan adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan keinginan pelanggan,

dapat dipercaya, serta konsisten. Contohnya, kemampuan pegawai dalam menangani dan melayani kebutuhan nasabah dengan cepat dan benar serta kemampuan pihak bank dalam memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Ivonne Wood (2012:10) keandalan adalah ketika pihak bank bisa memberikan layanan dan produk yang berkualitas maka nasabah akan puas dan nasabah akan kembali untuk melakukan pembelian ulang produk bank anda serta nasabah akan merekomendasikan produk atau jasa yang bank anda tawarkan. Menurut Shin dan Kim (2008) dalam (Zeyad M.EM.Kishada dan Norailis Ab.Wahab 2013:265) Keandalan yaitu Mengutamakan kepentingan nasabah yaitu ketika nasabah merasa bahwa pihak bank selalu mengutamakan kepentingannya.

Memberikan solusi yang efektif yaitu semisal ketika nasabah kesulitan untuk bertransaksi kemudian pihak bank memberikan alternatif lain yang bisa digunakan. Tanggap terhadap penyelesaian masalah yaitu ketika nasabah butuh bantuan pihak bank akan tanggap untuk melayani dan memberikan bantuan. Cepat terhadap penyelesaian masalah yaitu pihak bank langsung bertindak apabila nasabah membutuhkan bantuan ataupun layanan dengan segera. Menawarkan fasilitas yang menarik yaitu pihak bank selalu dapat memberikan fasilitas-fasilitas yang menarik minat nasabah semisal adanya undian akhir tahun dan tidak ada potongan saat melakukan pengambilan uang secara tunai di ATM. Mampu memenuhi keinginan nasabah yaitu ketika pihak bank dapat memenuhi keinginan ataupun kebutuhan nasabah sehingga nasabah merasa puas untuk melakukan transaksi di bank tersebut.

Nilai Kenyamanan

Menurut Kolcaba (2003) dalam (Potter dan Perry 2011:23) Nilai Kenyamanan adalah suatu kondisi perasaan seseorang yang merasa nyaman berdasarkan dari

persepsi masing-masing individu atau bisa diartikan suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual akibat beberapa faktor kondisi lingkungan. Nilai kenyamanan adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Dengan demikian, orang tidak dapat menyimpulkan secara langsung hanya dengan melihat atau observasi bahwa orang lain itu merasa nyaman atau tidak. Untuk mengetahui nasabah merasakan nilai kenyamanan yang dirasakan bisa dengan cara menanyakan langsung kepada nasabah tersebut. Menurut Shin dan Kim (2008) dalam (Zeyad M.EM.Kishada dan Norailis Ab.Wahab 2013:265) Nilai kenyamanan yaitu Memberikan kemudahan yaitu nasabah dapat merasakan bahwa pihak bank memberikan berbagai kemudahan yang ditawarkan. Efisien tidak memerlukan banyak waktu yaitu nasabah melakukan transaksi tanpa proses yang panjang dan memerlukan waktu yang lama. Memberikan pelayanan dengan baik yaitu nasabah ketika dilayani mereka merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Memberikan pengalaman bertransaksi dengan baik yaitu nasabah mendapatkan pengalaman saat bertransaksi dengan baik tanpa adanya suatu kendala sehingga nasabah merasakan kenyamanan.

Komitmen

Menurut P. Robbins dan Judge (2011:74) komitmen adalah keadaan dimana seseorang memihak suatu organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya mempertahankan keanggotaannya dalam sebuah organisasi. Menurut Rayshid 2005 (dalam Peyman Jesri *et.,al* 2013) mendefinisikan komitmen adalah tidak dapat dipengaruhi rayuan dari pihak pesaing, mempunyai ikatan keterikatan terhadap produk dan bank, nasabah dan pihak bank terlibat komitmen melanjutkan hubungan dalam waktu yang lama, mempunyai keinginan melanjutkan hubungan dimasa akan datang serta berkomitmen meningkatkan hubungan dengan bank.

Menurut J. Supranto dan Limakrisna (2011: 243) pelanggan yang berkomitmen kemungkinan besar tidak memerlukan lagi tambahan informasi sewaktu melakukan pembelian. Pelanggan juga tidak mudah terpengaruh pada rayuan atau bujukan dari pihak pesaing seperti pemberian kupon. Menurut Ndubisi (2005) dalam (Peyman Jesri *et.,al* 2013:307) Komitmen yaitu Tidak dapat dipengaruhi rayuan dari pihak pesaing yaitu sikap nasabah ketika mereka dirayu pihak pesaing tetapi mereka tidak mau atau tidak akan berpindah ke bank lain karena mereka sudah merasa puas. Mempunyai keterikatan terhadap produk dan bank yaitu sikap nasabah ketika mereka merasa yakin dan puas akan produk dan bank sehingga mereka memilih untuk tetap melanjutkan atau melakukan transaksi di bank tersebut. Terlibat komitmen melanjutkan hubungan dengan waktu yang lama yaitu ketika nasabah merasa puas pasti mereka akan tetap menggunakan produk atau jasa dari bank tersebut. Mempunyai keinginan melanjutkan hubungan di masa yang akan datang yaitu sikap nasabah ketika mereka puas sehingga mereka percaya untuk menggunakan produk lainnya di bank tersebut selain produk yang sudah mereka gunakan. Berkomitmen meningkatkan hubungan dengan bank yaitu ketika nasabah merasa yakin akan pelayanan, kemudahan, dan fasilitas yang ditawarkan itu sebanding dengan apa yang mereka rasakan atau dapatkan sehingga nasabah

Pengaruh Keandalan Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Zeyad M.EM.Kishada dan Norailis Ab.Wahab (2013:265) keandalan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Akan tetapi tidak semua bank dapat memenuhi keinginan nasabah yaitu hanya sebatas iklan saja namun pada kenyataannya bank tidak memberikan apa yang seharusnya yang menjadi harapan ataupun hak nasabah. Jika nasabah puas terhadap layanan dan produk yang ditawarkan pihak bank maka terjalinlah

ikatan dalam jangka waktu yang lama dan nasabah melakukan transaksi secara berulang serta tidak terpengaruh oleh rayuan nasabah.

H1 : Keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BJB di Surabaya.

Pengaruh Nilai Kenyamanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Zeyad M.EM.Kishada dan Norailis Ab.Wahab (2013:265) nilai kenyamanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah. Contohnya memberikan pelayanan dengan baik nasabah yaitu ketika dilayani mereka merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Sebuah bank harus bisa memberikan kenyamanan untuk nasabah mereka, produk yang menguntungkan serta pelayanan para pegawai bank yang baik bisa membuat pengaruh yang positif. Hal ini dapat menciptakan loyalitas nasabah yang tinggi. Serta dapat membangun image yang baik untuk perusahaan

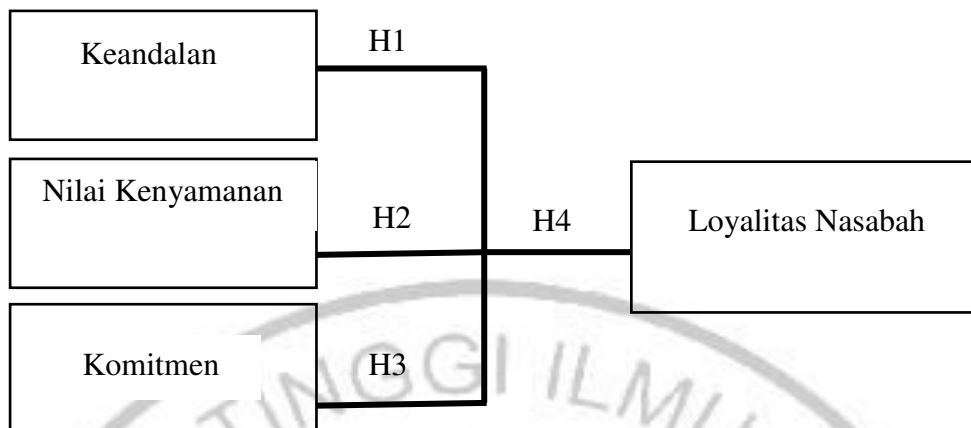
H2 : Nilai Kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BJB di Surabaya.

Pengaruh Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah

Komitmen adalah suatu sikap yang menggambarkan sejauh mana seseorang mengenal dan terikat. Bila nasabah itu memiliki komitmen yang tinggi pada bank maka nasabah tersebut akan loyal dan setia terhadap pihak bank. Menurut Peyman Jesri *et.,al* (2013) komitmen berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas nasabah. Dengan menjalin komitmen yang baik antara pihak bank dan nasabah maka bisa dipastikan para nasabah akan loyal kepada pihak bank.

H3 : Komitmen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BJB di Surabaya

Kerangka penelitian yang mendasari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1
KERANGKA PEMIKIRAN NADHIRA QAYS ARIKAWATI

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Menurut Sugiyono (2013:215) populasi merupakan data yang diteliti berkaitan dengan sekelompok atau sebagian orang, kejadian atau semua yang mempunyai karakteristik tertentu atau kumpulan dari individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang sudah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan bank BJB di Surabaya. Sampel yang digunakan pada penelitian kali ini adalah 74 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *judgement sampling* yaitu non probabilitas. Adapun kriteria sampel yang ditentukan yaitu Nasabah yang akan dijadikan sampel adalah nasabah tabungan yang lebih dari 1(tahun) menjadi nasabah tabungan Bank BJB di Surabaya. Telah berusia minimal 19 tahun (Tatik Suryani, 2013;188). Hal ini disebabkan karena pada usia tersebut responden dinilai sudah dapat menentukan pilihan. Nasabah melakukan transaksi melalui pegawai bank minimal 3 kali dalam tiga bulan terakhir. Pengisian kuisisioner, para responden diminta untuk

menanggapi hal-hal yang berkaitan dengan penelitian dengan cara memberikan

jawaban atas pertanyaan-pertanyaan di dalam kuisisioner yang telah diberikan.

Data Penelitian

Berdasarkan metode pengumpulan datanya, penelitian ini menggunakan data primer yaitu peneliti menggunakan kuisisioner yang dibagikan kepada responden. Kemudian berdasarkan jenis penelitian menurut tujuannya, penelitian ini merupakan penelitian kausal yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab akibat dan yang terakhir berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini merupakan penelitian *cross sectional* sebab menggunakan data dari kuisisioner yang dibagikan dalam satu periode waktu. (Mudrajad Kuncoro, 2013:84).

Variabel Penelitian

Variabel terikat pada penelitian ini ialah Loyalitas Nasabah. Sedangkan variabel bebasnya ialah Keandalan, Nilai Kenyamanan, dan Komitmen.

Definisi Operasional Variabel

Loyalitas Nasabah (LN)

Loyalitas nasabah adalah pendapat responden tentang penentuan untuk tetap dan terus menggunakan tabungan bank BJB di Surabaya. Menurut Zeyad M.EM Kishada dan Norailis AB.Wahab (2013). Variabel ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Setia kepada bank
2. Melakukan transaksi berulang-ulang
3. Merekomendasikan produk bank ke orang lain
4. Merekomendasikan pelayanan bank ke orang lain
5. Tidak tertarik beralih ke bank lain

Keandalan (KE)

Keandalan adalah pendapat responden tentang penentuan suatu komponen yang beroperasi tanpa adanya kendala menggunakan tabungan bank BJB di Surabaya. Menurut Zeyad M.EM Kishada dan Norailis AB.Wahab (2013). Variabel ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Mengutamakan kepentingan nasabah
2. Memberi solusi yang efektif
3. Cepat terhadap penyelesaian masalah
4. Tanggap terhadap penyelesaian masalah
5. Menawarkan fasilitas yang menarik
6. Mampu memenuhi keinginan nasabah

Nilai Kenyamanan (NK)

Nilai Kenyamanan adalah pendapat responden tentang seberapa besar manfaat dan kemudahan yang dirasakan menggunakan tabungan bank BJB di Surabaya. Menurut Zeyad M.EM Kishada dan Norailis AB.Wahab (2013) variabel ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Memberikan kemudahan
2. Efisien dan tidak memerlukan banyak waktu
3. Memberikan pelayanan dengan baik
4. Memberikan pengalaman pelayanan dengan baik

Komitmen (KO)

Komitmen adalah pendapat responden tentang penentuan sikap menggunakan tabungan bank BJB di Surabaya. Menurut Jesri Peyman, Ahmadi Freydom, Fatehipoor Motreza (2013) Variabel ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Tidak dapat dipengaruhi rayuan dari pihak pesaing.
2. Mempunyai keterikatan terhadap produk dan bank
3. Terlibat komitmen melanjutkan hubungan dengan waktu yang lama.
4. Mempunyai keinginan melanjutkan hubungan dimasa akan datang.
5. Berkomitmen meningkatkan hubungan dengan pihak bank.

Alat Analisis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *multiple regression analysis*. Berikut adalah persamaannya :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Keterangan :

- Y : Loyalitas nasabah tabungan
Tabungan Bank BJB
- X₁ : Keandalan
X₂ : Nilai Kenyamanan
X₃ : Komitmen
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien
 α : Konstanta

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dapat dilihat dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, lama menjadi nasabah tabungan, jumlah transaksi melalui pegawai bank. Karakteristik responden yang dilihat dari jenis kelamin di golongkan menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan yang akan dianalisis pada tabel 4.1. Berdasarkan jenis kelamin pada tabel 4.1 dalam penelitian ini yaitu nasabah dengan jenis kelamin perempuan lebih mendominasi yaitu 59% atau sebanyak 44 orang, kemudian untuk jenis kelamin laki-laki yaitu 41% sebanyak 30 orang. Berdasarkan usia pada tabel 4.1

dalam penelitian ini yaitu nasabah yang memiliki usia $19 \leq s/d \leq 24$ tahun yaitu 7% atau sebanyak 5 orang, nasabah yang memiliki usia $24 < s/d \leq 29$ tahun yaitu 16% atau sebanyak 12 orang, Nasabah yang memiliki usia $29 < s/d \leq 34$ tahun yaitu 4% atau sebanyak 3 orang, nasabah yang memiliki usia $34 < s/d \leq 39$ tahun yaitu 18% atau sebanyak 13 orang, nasabah yang memiliki usia $39 < s/d \leq 44$ tahun yaitu 11% atau sebanyak 8 orang, nasabah yang memiliki usia $44 < s/d \leq 49$ tahun yaitu 16% atau sebanyak 12 orang, sedangkan nasabah yang berusia lebih dari 49 tahun yaitu 28% atau sebanyak 21 orang. Berdasarkan pekerjaan pada tabel 4.1 dalam penelitian ini yaitu dapat diketahui bahwa yang bekerja sebagai pegawai swasta yaitu 51% atau sebanyak 38 orang, kemudian responden yang mengisi Lainnya yaitu 29% atau sebanyak 21 orang dimana dalam kategori ini terdiri dari Ibu Rumah Tangga, Pensiunan, dan Wiraswasta. Dan sisanya 20% atau sebanyak 15 orang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Berdasarkan lama menjadi nasabah tabungan pada tabel 4.1 dalam penelitian ini yaitu yaitu nasabah yang lama menjadi nasabah tabungan BJB selama $1 \leq s/d \leq 2$ tahun sebesar 66% atau sebanyak 49 orang, kemudian nasabah yang telah lama menjadi nasabah tabungan BJB selama $2 < s/d \leq 3$ tahun sebesar 26% atau sebanyak 19 orang, sedangkan nasabah yang telah lama menjadi nasabah tabungan BJB selama lebih dari 3 tahun sebesar 8% atau sebanyak 6 orang nasabah. Berdasarkan jumlah transaksi melalui pegawai bank pada tabel 4.1 dalam penelitian ini yaitu nasabah melakukan transaksi 3 kali melalui pegawai bank dalam 3 bulan terakhir yaitu 88% atau sebanyak 65 orang, kemudian nasabah yang 4-6 kali melakukan transaksi melalui pegawai bank dalam 3 bulan terakhir yaitu 8% nasabah atau sebanyak 6 orang, sedangkan nasabah yang lebih dari 6 kali melakukan transaksi dengan pegawai bank dalam 3 bulan terakhir yaitu 4% atau sebanyak 3 orang yang dapat dilihat pada tabel 2 :

Tabel 2
KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase	
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	30	41%
		Perempuan	44	59%
2.	Usia	$19 \leq s/d \leq 24$ tahun	5	7%
		$24 < s/d \leq 29$ tahun	12	16%
		$29 < s/d \leq 34$ tahun	3	4%
		$34 < s/d \leq 39$ tahun	13	18%
		$39 < s/d \leq 44$ tahun	8	11%
		$44 < s/d \leq 49$ tahun	12	16%
		>49 tahun	21	28%
3.	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	0	0%
		PNS	15	20%
		Pegawai Swasta	38	51%
		Lainnya	21	29%
4.	Lama Menjadi Nasabah	$1 \leq s/d \leq 2$ tahun	49	66%
		$2 < s/d \leq 3$ tahun	19	26%
		>3 tahun	6	8%
5.	Jumlah Transaksi melalui Pegawai Bank	3 kali	65	88%
		4-6 kali	6	8%
		>6 kali	3	4%

Sumber : Data primer diolah

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini menjelaskan jawaban responden pada variabel yang terkait dalam penelitian ini yakni keandalan, nilai kenyamanan, dan komitmen.

Berdasarkan hasil tabel 3 tanggapan responden yang tertinggi untuk variabel keandalan (KE) terdapat pada pernyataan KE1 memiliki rata-rata sebesar 4.53 dimana pernyataan KE1 menyatakan bahwa “Bank BJB selalu mengutamakan kepentingan saya”. Tanggapan responden terendah terdapat pada pernyataan KE6 dengan rata-rata sebesar 4,36, dimana pernyataan KE6 menyatakan bahwa “Bank BJB dapat keinginan saya“. Pada

pernyataan KE2 menyatakan bahwa Bank Bjb memberikan solusi yang efektif kepada saya memiliki nilai rata-rata sebesar 4,50. Pada KE3 menyatakan bahwa Bank BJB tanggap terhadap masalah memiliki nilai rata-rata 4,39, pada pernyataan KE4 menyatakan bahwa Bank BJB cepat terhadap penyelesaian masalah, kemudian pada pernyataan KE5 menyatakan bahwa Bank BJB menawarkan fasilitas yang menarik. Sedangkan secara keseluruhan tanggapan responden untuk variabel Keandalan sebesar 4,4 dengan penilaian “Sangat Setuju”, karena berada pada kelas interval $4,20 < a \leq 5$.

Tabel 3
HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KEANDALAN

Item Pernyataan	N	Tanggapan					Mean	Keterangan
		STS	TS	RR	S	SS		
Mengutamakan Nasabah	74	0	0	2	31	41	4.53	Sangat Setuju
Solusi Efektif	74	0	0	1	35	38	4.50	Sangat Setuju
Tanggap	74	0	0	1	43	30	4.39	Sangat Setuju
Cepat	74	0	0	0	44	34	4.46	Sangat Setuju
Fasilitas Menarik	74	0	0	0	43	51	4.42	Sangat Setuju
Sesuai harapan	74	0	0	1	45	28	4.36	Sangat setuju
Total							4,4	Sangat Setuju

Sumber : Data primer diolah

Tabel 4
HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP NILAI KENYAMANAN

Item Pernyataan	N	Tanggapan					Mean	Keterangan
		STS	TS	RR	S	SS		
Kemudahan	74	0	0	0	31	43	4.58	Sangat Setuju
Efisiensi	74	0	0	2	27	45	4.58	Sangat Setuju
Pelayanan	74	0	0	0	33	41	4.55	Sangat Setuju
Pengalaman	74	0	0	0	34	40	4.54	Sangat Setuju
Total							4.56	Sangat Setuju

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil tabel 4 tanggapan responden yang tertinggi untuk variabel nilai kenyamanan (NK) terdapat pada pernyataan NK1 memiliki rata-rata sebesar 4.58 dan NK2 sebesar 4.58 dimana

pernyataan NK1 menyatakan bahwa “Saya dapat dengan mudah menggunakan tabungan Bank BJB” sedangkan NK2 menyatakan bahwa “Efisien dan tidak memerlukan waktu yang banyak” . pada

penyataan NK3 menyatakan bahwa Bank BJB selalu memberikan pelayanan yang baik memiliki nilai rata-rata sebesar 4,55. Tanggapan responden terendah terdapat pada pernyataan NK4 dengan rata-rata sebesar 4.54, dimana pernyataan NK.4 menyatakan bahwa “Saya mendapatkan

pengalaman yang baik saat bertransaksi di Bank BJB“. Sedangkan secara keseluruhan tanggapan responden sebesar 4.56 dengan penilaian “Sangat Setuju”, karena berada pada kelas interval $4,20 < a \leq 5,00$. Dibawah ini merupakan tabel hasil tanggapan responden terhadap komitmen.

Tabel 5
HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KOMITMEN

Item Pernyataan	N	Tanggapan					Mean	Keterangan
		ST S	TS	RR	S	SS		
Tidak tertarik rayuan pesaing	74	0	0	4	31	39	4.47	Sangat Setuju
Keterikatan	74	0	0	3	41	30	4.36	Sangat setuju
Komitmen	74	0	0	1	33	40	4.53	Sangat Setuju
Melanjutkan hubungan	74	0	0	3	29	42	4.53	Sangat setuju
Meningkatkan hubungan	74	0	0	3	34	37	4.46	Sangat Setuju
Total							4,47	Sangat setuju

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil tabel 5 tanggapan responden yang tertinggi untuk variabel Komitmen (KO) terdapat pada pernyataan KO3 dan KO4 memiliki rata-rata sebesar 4,53 dimana pernyataan KO3 menyatakan bahwa “Saya dan pihak BJB terlibat komitmen melanjutkan hubungan dengan waktu yang lama ” dan pernyataan KO4 dengan pernyataan “saya ingin melanjutkan hubungan dimasa yang akan datang”. Pada pernyataan KO1 menyatakan bahwa saya tidak mudah dipengaruhi oleh rayuan pihak pesaing memiliki nilai rata-rata sebesar 4,47. Pada pernyataan KO5 menyatakan bahwa memiliki komitmen untuk meningkatkan hubungan dengan pihak bank memiliki nilai rata-rata sebesar 4,46. Tanggapan responden terendah terdapat pada pernyataan KO2 dengan rata-rata sebesar 4,36 dimana pernyataan KO2 menyatakan bahwa “Saya mempunyai keterikatan terhadap produk dan bank“. Sedangkan secara keseluruhan tanggapan responden untuk variabel komitmen sebesar 4,47 dengan penilaian “Sangat Setuju”, karena berada pada kelas interval $4,20 < a \leq 5$.

Berdasarkan hasil tabel 6 tanggapan responden yang tertinggi untuk variabel Loyalitas Nasabah (LN) terdapat pada pernyataan LN3 memiliki rata-rata sebesar 4,50 dimana pernyataan LN3 menyatakan bahwa Saya merekomendasikan produk bank BJB ke orang lain”. Pada pernyataan LN1 menyatakan bahwa saya setia kepada bank BJB memiliki nilai rata-rata sebesar 4,43. Pada pernyataan LN2 menyatakan bahwa saya melakukan transaksi secara teratur dan berulang-ulang memiliki nilai rata-rata sebesar 4,46. Pada pernyataan LN4 menyatakan bahwa saya merekomendasikan pelayanan bank bjb ke orang lain dimana memiliki nilai rata-rata sebesar 4,47. Tanggapan responden terendah terdapat pada pernyataan LN5 dengan rata-rata sebesar 4,27 dimana pernyataan LN5 menyatakan bahwa “Saya tidak tertarik beralih ke bank lain selain bank BJB”. Sedangkan secara keseluruhan tanggapan responden untuk variabel komitmen ini memiliki nilai rata-rata sebesar 4,42 dengan penilaian “Sangat Setuju”, karena berada pada kelas interval $4,42 < a \leq 5$.

Tabel 6
HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP LOYALITAS NASABAH

Item Pernyataan	N	Tanggapan					Mean	Keterangan
		STS	TS	RR	S	SS		
Setia	74	0	0	6	30	38	4.43	Sangat Setuju
Transaksi	74	0	0	3	34	37	4.46	Sangat setuju
Merekomendasikan produk	74	0	0	2	33	39	4.50	Sangat Setuju
Merekomendasikan pelayanan	74	0	0	3	33	38	4.47	Sangat setuju
Tidak beralih	74	0	0	3	48	23	4.27	Sangat Setuju
Total							4,42	Sangat setuju

Sumber: Data primer diolah

Hasil Analisis dan Pembahasan

Dapat dilihat pada tabel 7 dapat diketahui uji t dari probabilitas signifikansi. Apabila angka probabilitas signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Variabel Keandalan terhadap Loyalitas Nasabah dengan signifikansi $0,022 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_A diterima yaitu variabel bebas Keandalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Loyalitas Nasabah atau dari persamaan tersebut dapat dikatakan nilai t hitung Keandalan terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 2,340. jika Keandalan semakin baik maka Loyalitas Nasabah semakin tinggi. Nilai r^2 sebesar 0,07 berarti bahwa variabel Keandalan mampu menjelaskan variabel Loyalitas Nasabah sebesar 7%. Variabel Nilai Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan signifikansi $0,038 \geq 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa H_0 ditolak atau H_A diterima yaitu variabel bebas Nilai Kenyamanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Loyalitas Nasabah atau dari persamaan tersebut dapat dikatakan nilai t hitung Nilai Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah sebesar -2.120. Nilai r^2 sebesar 0,001444 berarti bahwa variabel Nilai kenyamanan mampu menjelaskan variabel Loyalitas Nasabah sebesar 0,14%. Variabel Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah

dengan signifikansi $0,000 \geq 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa H_0 ditolak atau H_A diterima yaitu variabel bebas Komitmen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Loyalitas Nasabah atau dari persamaan tersebut dapat dikatakan nilai t hitung Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 6,255. Nilai r^2 sebesar 0,35 berarti bahwa variabel Komitmen mampu menjelaskan variabel Loyalitas nasabah sebesar 35%. Pembahasan untuk variabel keandalan yaitu Berdasarkan hasil perhitungan Uji Parsial menyatakan bahwa Keandalan secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BJB di Surabaya hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu Shin dan Kim (2008) dalam (Zeyad M.EM.Kishada dan Norailis Ab.Wahab 2013:265) yang menjelaskan bahwa keandalan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini terjadi disebabkan karena nasabah sangat membutuhkan produk bank dengan keandalan yang lebih untuk menunjang berbagai kebutuhan. Pernyataan ini dapat diperkuat dengan jawaban dari pertanyaan terbuka dimana para responden menjawab penting sekali adanya keandalan suatu produk bank supaya dapat memenuhi kebutuhan nasabah, mempermudah segala urusan, dengan adanya keandalan produk tabungan

bank bisa menarik minat nasabah baru, banyaknya pesaing sehingga bank harus bisa memberikan keandalan yang lebih, bisa memberikan solusi, dan karena keandalan adalah hal yang mutlak yang diperhitungkan oleh nasabah. Pembahasan variabel nilai kenyamanan yaitu berdasarkan hasil uji parsial menyatakan bahwa nilai kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank BJB di Surabaya hal ini sejalan dengan peneliti terdahulu yaitu Shin dan Kim (2008) dalam (Zeyad M.EM.Kishada dan Norailis Ab.Wahab 2013:265) yang menjelaskan bahwa nilai kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. namun yang membedakan penelitian ini adalah penelitian ini berpengaruh signifikan tetapi negative dilihat dari nilai beta yang dihasilkan minus. Hal ini bisa terjadi dikarenakan pihak bank BJB sudah memberikan dan menawarkan nilai kenyamanan kepada nasabah namun pihak bank BJB belum mampu untuk bisa memenuhi kebutuhan nasabah sehingga nasabah tidak loyal terhadap pihak bank. Dimana dari pertanyaan terbuka jawaban responden tentang nilai kenyamanan yang

diharapkan yaitu pelayanan yang memuaskan, kemudahan transaksi yang cepat, para pegawai ramah terhadap nasabah, aman, simpanannya terjamin, mendapatkan pengalaman yang baik. kemudian terakhir pembahasan variabel komitmen yaitu secara parsial variabel komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank BJB di Surabaya hal ini sejalan dengan penelliti terdahulu Rashid (2005) dalam (Peyman Jesri *et.,al* 2013) menyatakan bahwa variabel komitmen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pernyataan ini diperkuat dengan jawaban pada pertanyaan terbuka responden hal apa yang membuat nasabah mau berkomitmen dengan bank yaitu jika pihak bank memberikan pelayanan yang baik untuk nasabahnya, bank mampu memberikan produk yang menguntungkan nasabah, proses yang mudah saat bertransaksi, cepat, tidak berbelit-belit, pihak bank bisa dipercaya dan nasabah tidak dikecewakan karena telah memberikan kepercayaan pada bank tersebut. Artinya, semakin baik komitmen maka semakin meningkat pula loyalitas nasabah tabungan bank BJB di Surabaya.

Tabel 7
UJI PARSIAL (UJI T)

Model	Unstandadized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	r ²
	B	Std. Error	Beta			
1 (constant)	2.923	2.05		1.458	.149	
X ₁	.297	.127	.292	2.340	.022	0,07
X ₂	-.281	.133	-.207	-2.120	.038	0,0014444
X ₃	.735	.117	.686	6.255	.000	0,35

Sumber: Data primer diolah

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Berdasarkan hasil yang didapatkan melalui analisis deskriptif dan analisis statistik, maka dapat ditarik kesimpulan Semakin

tinggi keandalan produk tabungan Bank BJB maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah. Responden pada penelitian ini rata-rata adalah pegawai swasta dan lainnya. Dimana lainnya ini adalah berprofesi sebagai ibu rumah tangga,

pensiunan, wiraswasta. Dimana sesuai dengan pernyataan nasabah di pernyataan terbuka banyak yang mengatakan pentingnya keandalan suatu produk untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah perlu ditingkatkan sehingga nasabah akan loyal. Semakin tinggi Nilai Kenyamanan maka semakin turun pula loyalitas nasabah yang diciptakan. Semakin tinggi komitmen nasabah terhadap produk dan bank maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah yang dihasilkan. Apabila pihak bank selalu memberikan pelayanan terbaiknya serta produk yang memenuhi kebutuhan bisa dipastikan nasabah akan setia. Semakin tinggi keandalan, dan komitmen maka semakin meningkat pula loyalitas nasabah yang akan diciptakan.

Penelitian ini tidak lepas dari adanya keterbatasan (1) kesulitan mencari responden dikarenakan peneliti melakukan pencarian responden di Bank BJB KCP Klampis dimana para nasabah hanya beberapa dalam sehari. Namun, peneliti mencari responden dari pihak-pihak yang menjadi nasabah yang berada dalam institusi seperti POLTEKKES KEMENKES Surabaya serta POLTEKPEL NEGERI Surabaya, SMAN 1 SURABAYA, dan Pabrik *Sky Way*. (2) Beberapa responden ada yang tidak mengisi pertanyaan terbuka dalam kuesioner. (3) Sebagian responden mengisi identitas secara tidak lengkap salah satunya yakni nomor telepon.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan saat ini, maka peneliti memberikan saran yang nantinya dapat digunakan oleh beberapa pihak terkait, yakni saran untuk Bank BJB sebaiknya memberikan produk dengan keunggulan yang tidak dimiliki oleh mayoritas bank lain. Dengan adanya produk yang bisa diandalkan maka pihak bank BJB bisa memperoleh loyalitas nasabah dan menambah nasabah baru. Berdasarkan penilaian tanggapan responden pada item nilai kenyamanan mengenai pelayanan yang diberikan Diharapkan pihak Bank BJB memberikan pelayanan sebaik

mungkin, kemudahan bertransaksi serta perlu meningkatkan kenyamanan di kantor agar nasabah bisa bertransaksi dengan cepat, nyaman, mendapatkan pelayanan yang baik dari pegawai bank. Agar tercipta loyalitas nasabah. Berdasarkan penilaian tanggapan responden pada item komitmen. Diharapkan pihak bank BJB bisa memberikan apa yang dibutuhkan nasabah. Apabila kebutuhan nasabah bisa dilayani dengan baik, tidak menutup kemungkinan nasabah akan melakukan transaksi ulang dan menggunakan produk lain yang ada di bank. Untuk menjaring nasabah dan membuat nasabah loyal pihak bank harus melakukan langkah-langkah strategis. Dengan tujuan agar masyarakat akan mendatangi kantor bank BJB untuk mendaftar sebagai nasabah. Beberapa strategi yang bisa diterapkan oleh bank BJB untuk meningkatkan jumlah nasabah untuk tetap loyal ialah pertama, menawarkan berbagai produk menarik kepada calon nasabah ataupun yang sudah menjadi nasabah. Setiap bank pasti mempunyai beragam produk perbankan yang nantinya akan ditawarkan kepada masyarakat. Misalnya tabungan TandamataBjb tentu memiliki keunggulan dan kelemahan. Namun, oleh pihak marketing bank hanya menonjolkan keunggulannya saja dan selalu menutupi kelemahan produk. Dengan begitu, nasabah menjadi menjadi terpicat dan mau menyimpan dana dan melakukan transaksi berulang-ulang. Kedua, memberikan kemudahan dalam menyimpan dana di bank. Semua bank memberikan jaminan kemudahan kepada nasabah yang telah menyimpan dananya di bank BJB. Ketiga, jaminan keamanan dari dana yang disimpan dimana semua nasabah pasti menginginkan jaminan keamanan dari pihak bank BJB. Misalnya dengan memberikan surat perjanjian atau kesepakatan yang berisi pihak bank mau bertanggung jawab sepenuhnya jika dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak diinginkan nasabah seperti kasus pembobolan ATM, penggelapan, atau lain

sebagainya. Keempat, memberikan tabungan berhadiah. Kegiatan seperti ini sangat dinanti oleh nasabah yang menabung. Pihak bank seharusnya meresponnya dengan cepat agar tidak kehilangan nasabahnya. Pihak Bank BJB dapat memberikan tabungan berhadiah yang diundi setiap bulan dengan persyaratan seberapa sering melakukan transaksi dan batas minimal yang ditabung. Sehingga nasabah akan semakin banyak menyimpan dananya dalam tabungan. karena semakin banyak jumlah dana yang disimpan maka semakin besar pula kesempatan mendapatkan hadiah. Apalagi jika undian memakai system poin. Jadi semakin besar dana yang ditabung maka akan mendapatkan hadiah. Kelima, siap menghadapi persaingan yang ketat namun tetap melakukan persaingan dengan cara yang sehat. Dalam arti persainagn tersebut harus sesuai kaidah dan etika yang berlaku dalam bisnis perbankan. Salah satu hal yang ditawarkan untuk membuat nasabah loyal yaitu kualitas pelayanan kepada mereka. Dimana pelayanan prima harus selalu dipertahankan dan ditingkatkan. Dengan begitu, banyak nasabah yang bersedia untuk tetap menggunakan tabungan bank BJB dan melakukan transaksi berulang-ulang. Kemudian saran untuk peneliti selanjutnya ialah model ini hanya mendukung sebesar 64,5% sehingga peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yaitu layanan pertemuan, nilai sosial, kepercayaan, pengalaman pelayanan, kepuasan, harapan, dan layanan dependabilitas yang ada pada penelitian Peyman Jesri *et.,al* (2013). Sedangkan variabel lainnya seperti kepercayaan, komunikasi, penanganan konflik dan kompetensi pada Zeyad EM.Kishada dan Norailis AB.Wahab (2013).

DAFTAR RUJUKAN

D o u g l a s B o n e t t a n d
T h o m a s
W r i g h t . 2 0 1 4
"Sample size planning for multiple

correlation: reply to Shieh"
Psicothema 2014, Vol. 26, No. 3,
391-394

Fandy Tjiptono. 2016. *Pelanggan Puas Tak Cukup*. Edisi 1, Yogyakarta : Andi

Imam Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi Kedelapan. Semarang: Universitas Diponegoro

Ivonne Wood. 2012. *Layanan Pelanggan*. Edisi 1, Yogyakarta : Graha Ilmu

Kotler, Philip. 2010. *Manajemen pemasaran Jilid 1*, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, Edisi Millenium, PT. Prenhallindo, Jakarta. Januari, Hal : 26-27.

Kotler, Philip. 2012. *Manajemen pemasaran Jilid 2*, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, Edisi Millenium, PT. Prenhallindo, Jakarta. Januari, Hal : 223.

Laporan Posisi Keuangan Bank BJB dan Bank Jatim (<http://www.ojk.go.id>) diakses Tanggal 14 November 2016

Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 4. Jakarta : Erlangga

Nina Rahmayanty. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Jakarta : Salemba Empat

Jesri Peyman, Ahmadi Freydom, Fatehipoor Motreza. 2013, *Effect Relationship Marketing (RM) on Customer Loyalty (Case Study: Mehr Bank, Kermanshah Province, Iran)*

Produk Tabungan Bank BJB (<http://www.bankbjb.co.id/>) diakses tanggal 16 November 2016

Robbins, P Stephen and Judge A Timothy. 2014. *Perilaku Organisasi*. Edisi 16. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Implikasi pada

Strategi Pemasaran. Edisi 1, Yogyakarta : Graha Ilmu.

Zeyad M.EM Kishada and Norailis Ab. Wahab. 2013, "*Factors Affecting Customer Loyalty in Islamic Banking: Evidence from Malaysia Banks*"

