

PENGARUH KEPUASAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK CIMB NIAGA

Shintia Wijaya^{1*} & Nyimas Artina²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Multi Data Palembang
¹shintiawijaya@mhs.mdp.ac.id, ²nyimas-artina@mdp.ac.id

Kata kunci:

Kepercayaan; Kepuasan;
Kualitas; Loyalitas; Pelayanan;

Abstract: This study determine to prove the effect of Customer Satisfaction, Service Quality, Trust on Customer Loyalty of Bank CIMB Niaga. The sampling technique used is the purposive sampling method using the Roscoe formula where, the total number of 200 samples is focused on respondents who have used CIMB Niaga Bank services in Palembang City. Data collection uses a questionnaire with a Likert scale and for the multiple regression analysis method with the SPSS Statistics 23 application to analyze research data. The results of the t test and F test show that customer satisfaction, service quality, and trust or simultaneously have a significant effect on customer loyalty because the significance value is $0.000 < 0.05$, so to continue to make customers loyal, they must maintain customer satisfaction, service quality, and trust.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank CIMB Niaga. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling dengan memakai rumus Roscoe dimana, jumlah keseluruhan sebanyak 200 sampel yang difokuskan kepada responden yang pernah menggunakan layanan Bank CIMB Niaga di Kota Palembang. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan skala likert dan untuk metode analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS Statistics 23 guna menganalisis data penelitian. Hasil uji t dan uji F menunjukkan kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan kepercayaan ataupun berpengaruh secara terhadap loyalitas nasabah karena nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga untuk terus membuat nasabah menjadi loyal, harus tetap mempertahankan kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan kepercayaan.

Wijaya & Artina (2023). Pengaruh Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank CIMB Niaga. *MDP Student Conference 2023*

PENDAHULUAN

Rata-rata orang pastinya sudah memiliki tabungan baik itu tabungan pribadi ataupun tabungan untuk masa tua dalam bentuk uang tunai, sehingga dibentuklah tempat untuk menyimpan tabungan yang terjamin dan diciptakan tempat untuk berinvestasi, peminjaman uang, kartu kredit, kredit rumah, mobil, dan motor, yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam mengatur dan mengelola keuangannya sehingga terbentuklah lembaga keuangan yang disebut sebagai bank.

Bank sendiri adalah suatu jenis lembaga keuangan yang menyediakan beragam produk dan melayani berbagai jenis jasa pelayanan dalam bidang perbankan, dimana kebanyakan orang beranggapan bank sebagai tempat utama untuk menabung dan berinvestasi baik dalam waktu singkat atau lama, menabung dan investasi merupakan dua hal yang sangat penting untuk masa depan seperti cadangan dana, dana pendidikan, tabungan

hari tua dan masih banyak lagi. Dimana, tabungan sangat membantu pada saat mendesak, salah satunya pada saat terjadi serangan Virus Covid-19, walaupun pada saat terjadi penyebaran virus tersebut mengakibatkan penurunan yang sangat drastis di berbagai aktivitas dan bidang salah satunya perbankan, Menurut data Bank Indonesia (BI), nilai transaksi yang dilakukan menggunakan kartu debit dan ATM menurun sebesar Rp557,9 triliun (7,46%) dari Rp7,47 kuadriliun pada tahun 2019 menjadi Rp6,97 kuadriliun pada tahun 2020 [1]. Nilai transaksi ATM dan kartu debit turun untuk pertama kalinya dalam sepuluh tahun sebagai akibat langsung dari peraturan yang membatasi kegiatan sosial masyarakat. [2]

Tabel 1. Peringkat Lembaga Keuangan Bank Terbesar 2020-2021

No.	Peringkat 2020	Peringkat 2021	Nama Bank	Nilai / Rp Triliun
1.	4	4	BRI	191,73
2.	6	6	Mandiri	141,63
3.	9	11	BCA	87,97
4.	12	14	BNI	72,13
5.	27	32	BTN	28,16
6.	30	39	Danamon	21,74
7.	32	40	CIMB Niaga	21,41
8.	37	49	PaninBank	17,46
9	40	52	BTPN	16,71
10.	57	61	Bank Jabar Banten	14,93

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan pada tabel diatas terdapat daftar 10 peringkat Lembaga keuangan bank terbesar dari tahun 2020-2021, selain bank BRI dan Mandiri semua bank mengalami penurunan peringkat, hal tersebut terjadi karena adanya penurunan perekonomian yang sangat yang disebabkan oleh penyebaran Virus Covid-19 seperti banyaknya usaha yang tutup, dilakukan pembatasan fisik (*social distancing*), adanya karyawan yang dirumahkan (*work from home*), pengurangan pegawai, bahkan ada karyawan yang diberhentikan secara sepihak atau PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), hal ini terjadi untuk mengurangi biaya pengeluaran suatu perusahaan, sehingga juga berpengaruh terhadap penghasilan berbagai lembaga keuangan salah satunya Bank CIMB Niaga, dimana pada tabel tersebut Bank CIMB Niaga mengalami penurunan peringkat ke 40 di tahun 2021 yang sebelumnya diposisi ke 32 ditahun sebelumnya.

Bank CIMB Niaga merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dibidang perbankan, yang memiliki berbagai produk dan menawarkan jasa yang beanekaragam baik itu tabungan, kartu kredit, KPR, KTA pinjaman tanpa agunan, reksa dana, layanan pengiriman dana dalam 124 mata uang, layanan cepat pengambilan dana dari beragam negara untuk diambil baik secara tunai maupun dari rekening dan masih banyak lagi, CIMB Niaga didirikan pada tanggal 26 September 1955 dan merupakan bank lokal pertama di Indonesia yang menawarkan layanan keuangan dengan menggunakan ATM (Anjungan Tunai Mandiri). Pada tahun 1991, CIMB Niaga menjadi bank pertama yang menawarkan layanan perbankan online yang dapat digunakan, menunjukkan komitmennya terhadap inovasi dalam penggunaan teknologi kontemporer yang semakin menarik perhatian. [3].

Bank CIMB Niaga memiliki beragam simpanan dana, seperti dalam bentuk tabungan, deposito berjangka, giro, tabungan dan atau bentuk lainnya, berikut adalah simpanan dana dari nasabah Bank CIMB Niaga dari tahun 2018-2020. [4]

Simpanan dari Nasabah	2020	2019	2018	Pertumbuhan (%)	
				2020-2019	2019-2018
Giro	55.862.547	48.943.913	45.857.151	14,14	6,73
Tabungan	67.861.369	59.316.069	54.495.883	14,41	8,85
Deposito Berjangka	83.805.508	87.340.318	90.397.184	(4,05)	(3,38)
Total	207.529.424	195.600.300	190.750.218	6,10	2,54

Sumber: Laporan Tahunan CIMB Niaga 2020

Gambar 1. Simpanan Nasabah Bank CIMB Niaga 2018-2020

Berdasarkan pada data laporan tahunan Bank CIMB Niaga 2020 tentang jumlah simpanan Bank CIMB Niaga 2018-2020 untuk simpanan giro dan tabungan terus mengalami peningkatan walaupun di era pandemi *Covid-19*, pada tabungan mengalami peningkatan yang cukup tinggi dibandingkan simpanan lainnya sebesar 14,41%, giro sebesar 14,14% dan deposito berjangka mengalami penurunan yang cukup dari tahun ke tahun dan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 4,05%, sehingga untuk terus meningkatkan simpanan-simpanan tersebut dari waktu ke waktu CIMB Niaga berpusat untuk terus mengembangkan penawaran yang menarik dan cross selling juga menyediakan program promosi ataupun potongan bunga yang menarik serta memberikan pelayanan, kepuasan dan kepercayaan yang maksimal terhadap nasabah untuk mendapatkan dana simpanan dari nasabah dalam volume atau kuantitas yang jauh lebih besar dan membuat nasabah menjadi loyal.

Kepuasan nasabah menjadi salah satu hal untuk meningkatkan loyalitas nasabah, menurut Wulandari & Rusmahafi kepuasan nasabah merupakan respon pembeli berkenaan dengan sesuai tidaknya antara hasil pelayanan yang diperoleh dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan [5], Nasabah akan merasakan kebahagiaan jika kualitas layanan Bank CIMB Niaga sesuai atau bahkan melebihi harapannya, sedangkan akan mengalami kekecewaan jika kualitas layanan tidak sesuai dengan harapannya. Rifa'i berpendapat loyalitas dan kepuasan saling bergantung karena keduanya didasarkan terutama pada evaluasi subyektif dan emosional [6]. Pendapat ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Damayanti yang menunjukkan temuan penelitian menunjukkan faktor kepuasan pelanggan memiliki dampak yang menguntungkan pada faktor loyalitas, yang tidak dapat diterima karena itu berarti meskipun pelanggan tidak puas, akan terus melakukannya. menggunakan jasa perbankan. [7].

Loyalitas nasabah pada lembaga keuangan Bank CIMB Niaga bisa terjadi dikarenakan kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono dalam Gunawan mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh nasabah [8]. Untuk mempertahankan peningkatan layanan sesuai dengan harapan nasabah, Bank CIMB Niaga juga melibatkan nasabah, seperti penyampaian permintaan, masukan, atau pun keluhan yang bisa menjadi perkembangan yang lebih baik bagi Bank CIMB Niaga untuk kedepannya, agar Bank meningkatkan kualitas layanan yang diberikannya. Oleh karena itu, CIMB Niaga menawarkan berbagai saluran customer support melalui 24/7 Contact Center, website, kantor cabang, fitur Live Chat, dan saluran lainnya. Menurut Satriadi, suatu organisasi harus bisa mengembangkan kualitas jasa atau produk yang ditawarkan ke nasabah agar memperoleh loyalitas nasabah [9]. Pendapat ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Susanto & Subagja yang mendukung pendapat ini dengan menunjukkan hasil penelitian terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah [10].

Selain itu, untuk meningkatkan loyalitas nasabah juga perlu adanya kepercayaan, menurut Mowen dan Minor dalam Lestari & Suryani kepercayaan adalah bagaimana dengan pengetahuan yang diketahui nasabah, untuk mendefinisikan suatu entitas, ciri-ciri yang dimiliki dan fungsinya [11]. Untuk menciptakan kepercayaan tersebut Bank CIMB Niaga selalu bertanggungjawab untuk menjaga kepercayaan nasabah,

dengan melindungi keamanan dan merahasiakan data nasabah, harus menghindari membuat perbandingan antara orang-orang berdasarkan agama, jenis kelamin, suku, asal, warna kulit, kedudukan sosial, atau faktor lain yang mungkin melanggar hak asasi manusia (HAM). Rifa'I mengatakan pencapaian loyalitas pelanggan tidak hanya bergantung pada kepercayaan dan kepuasan konsumen tetapi juga pada citra bisnis, upaya promosi, dan kualitas layanan [6]. Hasil penelitian Damayanti sebelumnya yang menunjukkan adanya unsur kepercayaan yang memiliki pengaruh baik dan besar terhadap loyalitas nasabah di Bank Central Asia KCU Veteran Surabaya [11] semakin menguatkan kesimpulan tersebut. Mengingat ini berkaitan dengan uang yang disimpan klien di bank, ini menunjukkan kepercayaan adalah masalah yang bagi mereka.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank CIMB Niaga".

METODE

Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif yang menurut Hardani adalah metode dimana data penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik [12]. Kajian yang dilakukan di Palembang difokuskan pada Bank CIMB Niaga. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan layanan Bank CIMB Niaga di Kota Palembang, untuk pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling yang menurut Sugiyono merupakan prosedur pengambilan sampel sumber informasi dengan pertimbangan tertentu [13]. Menurut Darmanah, populasi adalah suatu wilayah yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki ciri dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti. Kemampuan untuk menilai subjek atau situasi sosial yang diselidiki akan menjadi lebih mudah bagi peneliti dengan faktor-faktor unik ini, seperti siapa yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan [13]. 200 sampel yang membentuk ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan oleh keluaran rumus Roscoe. Kemudian, sangat penting untuk mengumpulkan data primer dan data sekunder untuk penelitian ini, dengan data primer yang berasal dari survei menggunakan kuesioner yang diberikan kepada nasabah yang menggunakan layanan Bank CIMB Niaga dan data sekunder yang berasal dari jurnal atau karya ilmiah lain sebelumnya, buku, dan lainnya. situs web resmi. Dalam karya ini, analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis digunakan untuk menguji dampak dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik-teknik ini termasuk uji-t parsial dan simultan dan uji-F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.325	.876		-2.654	.009
Kepuasan Nasabah	.636	.065	.488	9.849	.000
Kualitas Pelayanan	.230	.047	.253	4.857	.000
Kepercayaan	.165	.029	.277	5.631	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Gambar 2. Hasil Uji t

Suatu variabel dikatakan secara parsial jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai Sig $< 0,05$, berdasarkan rumus nilai t_{tabel} adalah 1,97214, maka pada tabel 3 dapat disimpulkan variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai t_{hitung} 9,849 $> 1,97214$ dan nilai Sig 0,05. Menurut Sugiyono, uji parsial digunakan untuk mengetahui statistik pengaruh variabel independen secara parsial dengan . Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan adalah 4,857 $> 1,97214$, dan tingkat signifikansi adalah $0,000 < 0,05$. Maka tingkat signifikansi untuk variabel kepercayaan adalah $0,000 < 0,05$, dengan nilai t_{hitung} 5,631 $> 1,97214$. Sehubungan dengan hal ini, dapat dikatakan pengujian hipotesis parsial, juga dikenal sebagai uji-t, menunjukkan setiap variabel kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap faktor loyalitas pelanggan.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	251.130	3	83.710	99.867	.000 ^b
Residual	164.290	196	.838		
Total	415.420	199			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Gambar 3. Hasil Uji F

Suatu variabel dikatakan secara simultan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai Sig $< 0,05$, dimana berdasarkan rumus nilai F_{tabel} adalah 2,65, sehingga dapat disimpulkan dari tabel 4 hasil uji F. di atas itu nilai F hitung pada penelitian ini adalah 99,867. Menurut Sugiono, uji F digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan [13]. Menurut temuan ini, faktor loyalitas pelanggan secara dipengaruhi atau bersama-sama oleh variabel kebahagiaan pelanggan, kualitas layanan, dan kepercayaan.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.325	.876		-2.654	.009
Kepuasan Nasabah	.636	.065	.488	9.849	.000
Kualitas Pelayanan	.230	.047	.253	4.857	.000
Kepercayaan	.165	.029	.277	5.631	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Gambar 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Pada tabel 5 hasil uji analisis regresi linear berganda menunjukkan diperoleh persamaan, $Loyalitas\ Nasabah = -2.325 + 0.636\ Kepuasan\ Nasabah + 0.230\ Kualitas\ Pelayanan + 0,165\ Kepercayaan$. Keterangan: (1)Konstanta memiliki nilai sebesar -2.325, yang menunjukkan jika kenaikan nilai dari variabel kepuasan nasabah (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepercayaan (X_3) tidak ada atau nilainya nol (0), maka tingkat loyalitas nasabah Bank CIMB Niaga adalah sebesar -2.325. (2)Variabel kepuasan nasabah memiliki koefisien regresi sebesar 0.636 yang menunjukkan apabila terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel kepuasan nasabah, maka variabel loyalitas nasabah di Bank CIMB Niaga akan mengalami peningkatan sebesar 63.6% dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. (3)Variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0.230 yang menunjukkan apabila terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan, maka variabel loyalitas nasabah di Bank CIMB Niaga akan mengalami peningkatan sebesar 23.0% dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. (4)Variabel kepercayaan memiliki koefisien regresi sebesar 0.165 yang menunjukkan apabila terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel kepercayaan, maka variabel loyalitas nasabah di Bank CIMB Niaga akan mengalami peningkatan sebesar 16.5% dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pada variabel kepuasan nasabah memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t-hitung $9.849 > 1.97214$ dan nilai sig $0.000 < 0.05$ dan koefisien regresi kepuasan nasabah sebesar 0.636, kesimpulannya variabel kepuasan nasabah akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 63.6% apabila mengalami kenaikan 1 satuan. Variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t-hitung $4.857 > 1.97214$ dan nilai sig $0.000 < 0.05$ dan koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0.230, kesimpulannya variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 23.0% apabila mengalami kenaikan 1 satuan. Variabel kepercayaan memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t-hitung $5.631 > 1.97214$ dan nilai sig $0.000 < 0.05$ dan koefisien regresi kepercayaan sebesar 0.165, kesimpulannya variabel kepercayaan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 16.5% apabila mengalami kenaikan 1 satuan.

Variabel kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel loyalitas nasabah dengan nilai F-hitung sebesar $99.867 > 2.65$ dan nilai sig $0.000 < 0.05$, kesimpulannya variabel kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Hasil pada penelitian ini sesuai dan didukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Hapsari & Murini menyatakan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah karena semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah. Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah karena semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi loyalitas nasabah. Dan kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah karena dengan terciptanya kepuasan nasabah yang optimal akan mendorong terciptanya loyalitas dibenak nasabah. Loyalitas nasabah dipandang sebagai kekuatan hubungan antara relatif seseorang dan bisnis berulang [14].

SIMPULAN

Menurut temuan penelitian ini, masing-masing variable kebahagiaan pelanggan, kualitas layanan, dan kepercayaan memiliki dampak positif yang cukup besar terhadap loyalitas klien, baik secara parsial maupun bersamaan. dimana semakin tinggi pengaruh dari variabel independen tersebut maka loyalitas nasabah juga akan ikut mengalami peningkatan, sehingga Bank CIMB Niaga diharapkan mampu untuk tetap mempertahankan dan terus meningkatkan kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan kepercayaan yang ada di Bank CIMB Niaga agar nasabah menjadi loyal dan ingin menggunakan layanan Bank CIMB Niaga terus-menerus.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. B. Kusnandar, “*Nilai Transaksi Kartu ATM dan Debit Tumbuh 11% pada 2021,*” *databoks.katadata.co.id*, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/24/nilai-transaksi-kartu-atm-dan-debit-tumbuh-11-pada-2021> (accessed Feb. 08, 2023).
- [2] R. Pahlevi, “*10 Bank Terbesar Versi Fortune Indonesia 100,*” *databoks.katadata.co.id*, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/10-bank-terbesar-versi-fortune-indonesia-100> (accessed Feb. 08, 2023).
- [3] C. Niaga, “*Sejarah Perusahaan,*” *CIMB Niaga*. <https://investor.cimbniaga.co.id/gcg/history.html> (accessed Feb. 08, 2023).
- [4] C. Niaga, “*Laporan Tahunan 2020 PT Bank CIMB Niaga Tbk,*” 2020. [Online]. Available: <https://investor.cimbniaga.co.id/misc/AR/AR-2021/ID/220/>
- [5] Wulandari, Ririn dan Rusmahafi, Fikri 2020, *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Nas Media Pustaka CV. Nas Media Pustaka, Makassar.
- [6] Rifa’i, Khamdan 2019, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, Pustaka Ilmu Group, Yogyakarta.
- [7] Damayanti, Lina 2019, *Pengaruh Service Performance dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Malang*, Jurnal Manajemen Jaya Negara, Malang.
- [8] Gunawan, Silvia 2022, *Analisis Kualitas Layanan Pengguna Website E-Learning Dengan Metode Servqual (Studi Kasus Spada Dikti Program Kampus Merdeka)*, MDP Student Conference 2022, Palembang, Sumatera Selatan.
- [9] Satriadi, Wanawir, Hendrayani, Eka, Siwiyanti, Leonita, dan Nursaidah 2021, *Manajemen Pemasaran*, Samudra Biru, Yogyakarta.
- [10] Susanto, Puteri, dan Subagja, Iwan 2019, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza*, Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, Unkris, Jakarta Timur.
- [11] Lestari, dan Suryani, Ade 2022, *Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Mobile Shopee*, MDP Student Conference 2022, Palembang, Sumatera Selatan.
- [12] Hardani, Andriani, Helmina, Ustiaty, Jumari, Utami, Evi, Istiqomah, Ria, Fardani, Roushandy, Sukmana, Dhika, dan Auliya, Nur 2020, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, CV. Pustaka Ilmu Group, Yogyakarta.
- [13] Sugiyono 2018, *Metode Penelitian Evaluasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, Alfabeta CV, Bandung.
- [14] Hapsari, Indri, dan Murini 2022, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Syariah Mandiri Kendari*, Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora (JIMSH), Kendari, Sulawesi Tenggara.