

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA BANK
RAKYAT INDONESIA TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(Studi Kasus Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya)**

**Wahdan Budi Setiawan
Ridwan Hakiki**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui: 1). Tanggapan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan di PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya. 2). Tanggapan Nasabah terhadap Citra Bank Rakyat Indonesia di PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya. 3). Tanggapan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya 4). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Bank Rakyat Indonesia Terhadap Loyalitas Nasabah di PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya baik secara Parsial maupun Simultan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif Instrumen penelitian dengan menggunakan *Skala Likert* dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 100 sampel. Alat Analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Tanggapan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan di PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya adalah baik Hal tersebut dibuktikan oleh nilai mean sebesar 4.107 2) Tanggapan Nasabah terhadap Citra Bank Rakyat Indonesia di PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya adalah 2.501 3). Tanggapan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya adalah cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan nilai sebesar 2.199 4). Kualitas Pelayanan dan Citra Bank Rakyat Indonesia mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya sebesar 20,3% sedangkan sisanya 79,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Loyalitas Nasabah

Pendahuluan

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank milik pemerintah terbesar di Indonesia, yang berdiri pada tahun 1895 bank ini pertama kali didirikan di Purwokerto, Jawa tengah oleh Bei Aria Wirjaatmadja, karena sekarang ini persaingan antar bank semakin berat, Bank Rakyat Indonesia selalu berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap setiap nasabah yang menjadikan Citra Bank Rakyat Indonesia lebih baik dimata masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi pendahuluan mengenai kualitas pelayanan, citra perusahaan dan loyalitas nasabah yang dilakukan di berbagai kantor Bank Rakyat Indonesia unit yang ada di wilayah kecamatan Pagerageung dan Ciawi serta Kantor Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya menunjukkan terdapat banyak antrian nasabah di tempat Teller terutama nasabah tabungan. Namun dengan banyaknya antrian tidak menyebabkan nasabah berpindah ke Bank yang lain tetapi tetap loyal dengan alasan merupakan Bank yang sudah lama berdiri sehingga mereka menganggap Bank Rakyat Indonesia sudah dapat dipercaya

Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup besar. Ini diakibatkan dari kualitas pelayanan yang selama ini diberikan Bank Rakyat Indonesia kepada nasabah cukup baik sehingga nasabah tertarik untuk melakukan transaksi di Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya. Pada tahun 2015 jumlah Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya mencapai 32.134 Nasabah, yang dikarenakan Bank Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya memiliki citra yang baik dimata masyarakat. Hal ini sangat membuktikan bahwa Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya mampu bersaing dengan bank-bank lainnya yang ada di Tasikmalaya. Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan serta harapan nasabah melalui pemberian pelayanan yang berorientasi pada kepuasan nasabah, dengan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah menjadikan nasabah memiliki loyalitas yang tinggi terhadap Bank Rakyat Indonesia.

Nasabah yang memiliki loyalitas yang tinggi akan selalu melakukan perilaku ulang dalam menggunakan jasa-jasa yang disediakan oleh BRI

dan rasa loyal ini akan menyebabkan nasabah tidak berpindah dalam menggunakan jasa-jasa perbankan yang disediakan oleh bank pesaing.

Landasan Teori

Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Sedangkan pengertian lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan dimana kegiatannya apakah hanya menghimpun dana atau hanya menyalurkan dana atau kedua-duanya menghimpun dan menyalurkan dana.

Menurut Undang-undang No. 10 tahun 1998 dalam Kasmir (2008:9) menyatakan :

Bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan /atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah :

1. Menghimpun dana (*funding*) dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dalam hal ini bank sebagai tempat menyimpan uang atau berinvestasi bagi masyarakat. Tujuan utama masyarakat menyimpan uang biasanya adalah untuk keamanan uangnya. Kemudian untuk melakukan investasi dengan harapan memperoleh bunga dari hasil simpanannya. Tujuan lainnya adalah untuk memudahkan melakukan transaksi pembayaran. Untuk memenuhi tujuan diatas, baik untuk mengamankan uang maupun untuk melakukan investasi, bank menyediakan sarana yang disebut dengan simpanan. Jenis simpanan yang ditawarkan sangat bervariasi tergantung dari bank yang bersangkutan. Secara umum, jenis simpanan yang ada di bank adalah terdiri dari simpanan giro (*demand deposit*), simpanan tabungan (*saving deposit*), dan simpanan deposito (*time deposit*).
2. Menyalurkan dana (*lending*) ke masyarakat, dalam hal ini bank memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat. Dengan kata lain, bank menyediakan dana bagi masyarakat yang membutuhkannya. Pinjaman atau kredit yang diberikan dibagi dalam berbagai jenis sesuai dengan keinginan nasabah. Sebelum kredit diberikan bank terlebih dahulu menilai apakah kredit tersebut layak diberikan atau tidak. Penilaian ini dilakukan agar bank terhindar dari

kerugian akibat tidak dapat dikembalikannya pinjaman yang disalurkan bank dengan berbagai sebab. Jenis kredit yang biasa diberikan oleh hampir semua bank adalah kredit investasi, kredit modal kerja, atau kredit perdagangan.

3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*services*) seperti pengiriman uang (*transfer*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (*clearing*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota dan luar negeri (*inkaso*), *letter of credit* (L/C), *safe deposit box*, bank garansi, bank notes, *travelers cheque*, dan jasa lainnya. Jasa-jasa bank lainnya ini merupakan jasa pendukung dari kegiatan pokok bank yaitu menghimpun dan menyalurkan dana.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Citra Perusahaan

Corporate Image didefinisikan sebagai persepsi kepada sebuah perusahaan yang direfleksikan dalam asosiasi yang terdapat dalam memori konsumen (Keller, 1993). Nguyen dan Leblanc (2001) menyatakan citra perusahaan berhubungan dengan fisik dan atribut yang berhubungan dengan perusahaan seperti nama, bangunan, produk/jasa, untuk mempengaruhi kualitas yang dikomunikasikan oleh setiap orang supaya tertarik dengan perusahaan. *Image* menggambarkan keseluruhan kesan yang dibuat publik tentang perusahaan dan produknya. *Image* dipengaruhi oleh banyak faktor diluar kontrol perusahaan (Kotler, 2000 : 296).

Metode Penelitian

- 1) Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif, dimana metode deskriptif merupakan metode penelitian yang berupaya untuk mengungkapkan keadaan/kondisi yang terjadi saat sekarang dengan mempertimbangkan keadaan masa lampau.
- 2) “Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran maupun sekelompok kelas peristiwa pada masa sekarang”. (Mohamad Nazir, 2003).

- 3) Tujuan dari metode deskripsi adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Hasil Dan Pembahasan

Variabel *dependen* pada penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah (Y) sedangkan variabel *Independen* dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X₁) dan Citra Perusahaan (X₂).

Tabel 1
Output Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
nstant)	40.976	10.303		3.977	.000
	.597	.247	.229	2.415	.018
	.292	.101	.274	2.895	.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer (Kuesioner), diolah dengan SPSS v 20.0

Berdasarkan tabel diatas, dapat disusun model persamaan regresinya, yaitu sebagai berikut:

$$Y = 40,976 + 0,597 (X_1) + 0,292 (X_2)$$

Dimana:

Y = Loyalitas Nasabah

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂= Citra Perusahaan

a = 40,976

b1 = 0,597

b2 = 0,292

Berdasarkan persamaan regresi diatas, menggambarkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Citra Perusahaan (X₂) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Loyalitas

Nasabah (Y). Pengaruh positif ini dikarenakan angkanya bertanda positif yaitu 0,597 untuk variabel X₁ dan 0,292 untuk variabel X₂. Dengan demikian setiap kenaikan satu variabel Kualitas Pelayanan (X₁) akan berpengaruh sebesar 0,597 terhadap Loyalitas Nasabah dan setiap kenaikan satu variabel Citra Perusahaan (X₂) akan berpengaruh sebesar 0,292 terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Dengan p value pada kolom sig 0,000 yang berarti nilai p value < = 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa regresi ganda tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Loyalitas Nasabah. Nilai a = 40,976 menunjukkan besarnya loyalitas nasabah jika x₁,x₂ = 0.

Koefisien Korelasi

Tabel 2
Output Koefisien Korelasi
Correlations

	X1	X2	Y
Pearson Correlation	1	.494**	.162
(2-tailed)		.000	.107
	100	100	100
Pearson Correlation	.494**	1	.126
(2-tailed)	.000		.213
	100	100	100
Pearson Correlation	.162	.126	1
(2-tailed)	.107	.213	
	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Primer (Kuesioner) diolah (2016)

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas

Nasabah maka digunakan Koefisien Determinasi atau dengan menggunakan rumus $KD = r^2 \times 100\%$.

Tabel 3
Output Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.451 ^a	.203	.009	1.83662

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Primer (Kuesioner), diolah dengan SPSS v 20.0

Berdasarkan tabel *Model Summary* diperoleh hasil angka R square 0,203. Hasil tersebut merupakan pengkuadratan dari $R = 0,451^2$, atau $0,451^2 = 0,203$. Dengan demikian nilai koefisien determinasinya adalah sebesar $0,203 \times 100\% = 20,3\%$ yang artinya pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan citra Bank Rakyat Indonesia (X_2) terhadap

loyalitas nasabah (Y) sebesar 20,3%, sedangkan sisanya $100\% - 20,3\% = 79,7\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Uji Multikolinieritas

Untuk melihat gejala Multikolinieritas, dapat dilihat dari hasil *Collienarity Statistics*.

Tabel 4
Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	40.976	10.303		3.977	.000		
	.597	.247	.229	2.415	.018	.756	1.324
	.292	.101	.274	2.895	.005	.756	1.324

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer (Kuesioner), diolah (2016)

Dari tabel diatas terlihat bahwa tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* yang kurang dari 0,10 berarti tidak ada korelasi antara variabel independen Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Bank Rakyat Indonesia (X_2). Hasil perhitungan Nilai *Variance Inflation Factor* (FIV) menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih

dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada Multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian Heteroskedastisitas data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS v.20 dengan melihat hasil dari uji Glejser, dimana hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5
Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.682	1.140		2.352	.021		
	.044	.088	.059	.503	.616	.760	1.316
	.012	.096	.016	.122	.903	.631	1.586

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil dari tabel uji Glejser dapat dilihat bahwa semua variabel terbebas dari Heteroskedasitas karena memiliki nilai sig diatas 0,05. Artinya model regresi layak untuk memprediksi Loyalitas Nasabah (Y) berdasarkan

Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Variabel Citra Bank Rakyat Indonesia (X₂)

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Independen terhadap variabel variabel devenden secara bersama-sama atau serempak

Tabel 6
Output Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2015.824	2	671.941	74.394	.000 ^b
Residual	867.086	97	9.032		
Total	336.990	99			

Dependent Variable: Y

Predictors: (Constant), X₂, X₁

Sumber: Data primer (kuesioner), diolah dengan SPSS v 20.0

Berdasarkan tabel ANOVA (Kualitas Pelayanan dan Citra Bank Rakyat Indonesia) diperoleh angka F sebesar 74,394. Dengan nilai p value pada kolom sig < = 0,000 < 0,05 atau F_{hitung} > F_{tabel} yaitu 74,394 > 3,09. Dengan demikian H_a diterima dan H₀ ditolak. Diterimanya H_a dengan tingkat keyakinan sebesar 95 % menunjukkan

Kualitas Pelayanan dan Citra Bank Rakyat Indonesia secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh setiap variabel secara sendiri-sendiri atau parsial.

Tabel 7
Output Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	40.976	10.303		3.977	.000
	.597	.247	.229	2.415	.018
	-.292	.101	-.274	2.895	.005

Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer (Kuesioner), diolah dengan SPSS v 20.0

Berdasarkan tabel *coefficients* diperoleh angka untuk variabel Kualitas Pelayanan (X₁) sebesar 2,415 dengan nilai p value pada kolom sig < = 0,018 < 0,05 atau nilai t_{hitung} > t_{tabel} yaitu 2,415 > 1,6609. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

Bank Rakyat Indonesia berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

Untuk mengetahui signifikan variabel *Citra Bank Rakyat Indonesia* terhadap Loyalitas Nasabah dapat dilihat pada tabel *Coeffisients* dikolom t, dalam tabel tersebut diperoleh angka untuk variabel (X₂) sebesar 2,895 dengan nilai p value pada kolom sig 0,018. Nilai p value < = 0,005 < 0,05 atau t_{hitung} > t_{tabel} yaitu 2,895 > 1,6609, artinya H₀ ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara parsial Citra

Kesimpulan dari uji t tersebut adalah Kualitas Pelayanan (X₁) dan Citra Bank Rakyat Indonesia (X₂) berpengaruh secara sendiri-sendiri atau parsial terhadap Loyalitas Nasabah. Diantara dua variabel, variabel (X₁) lebih besar atau lebih signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dibandingkan variabel (X₂)

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan yang diberikan Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya

- terhadap nasabah termasuk katagori tinggi atau baik. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian kualitas pelayanan diperoleh angka 4.107 yang ada pada katagori tinggi.
2. Citra Bank Rakyat Indonesia yang diberikan Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya terhadap nasabah termasuk kategori tinggi atau baik. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian citra perusahaan diperoleh angka 2.501 yang ada pada kategori tinggi.
 3. Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya termasuk katagori Cukup. Hasil penelitian menunjukkan 2.199 yang merupakan katagori cukup baik.. Kualitas Pelayanan dan Citra bank Rakyat Indonesia terhadap Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya sebesar 20,3%, sedangkan sisanya 79,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Saran dalam penelitian ini untuk Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan indikator dari variabel Kualitas Pelayanan, menurut sebagian nasabah masih merasa kurang dalam hal kehandalan, bukti fisik dan jaminan, dengan demikian Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya bisa meningkatkan kecermatan petugas dalam melayani nasabah, keandalan menyediakan pelayanan yang terpercaya kepada nasabah, dapat memperluas ruangan, menambahkan tempat duduk demi kenyamanan nasabah, serta dapat menerapkan kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan nasabah, dengan begitu Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya bisa memperbaiki tiga indikator dalam kualitas pelayanan.
2. Berdasarkan Indikator dari variabel Citra Bank Rakyat Indonesia, menurut sebagian nasabah masih merasa kurang dalam hal kesan dan sikap, dengan demikian Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya bisa lebih memberikan kesan dan sikap yang lebih baik agar dapat memperbaiki Citra Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasimalaya di mata masyarakat.
3. Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya harus lebih ditingkatkan, dimana Bank Rakyat Indonesia Cabang Tasikmalaya bisa lebih memperhatikan dari kelima dimensi kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi citra perusahaan.

4. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, Bank Rakyat Indonesia disarankan untuk terus memperbaiki Kualitas Pelayanan dan citra bank rakyat Indonesia yang diberikan pada nasabah, karena pengaruh kualitas pelayanan dan Citra Bank Rakyat Indonesia memiliki nilai yang rendah dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain sehingga untuk mengetahuinya dapat diteliti lebih lanjut.

Daftar Pustaka

- Danang Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, Fajar InterPratama Offset, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Marketing Management*, The Milenium Edition, Ten edition, USA : Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip, 2008, *Marketing Management*. Jakarta : Indeks
- Moh. Nazir. 2014. *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Bogor
- Nana Sudjana, 2008. "*Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*". Bandung: Sinar Baru Algesindo
- Rafminto, Winarsih atik. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Riduwan, Akdon. 2013. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. 2010. "*Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*". Bandung: Alfabeta
- Sambas Almuhidin. 2010. *Statistika 1*. Bandung: Karya Adhika Utama.
- Sigit Sujarwo, *Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BritAma Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran*
- Sugiyono, 2012. "*Metode Penelitian*". Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2008. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 1996. *Proses Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Relevan III*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Tjiptono, 1998. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama, Andi Offset. Yogyakarta
- _____, Fandy, 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta
- _____. Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama, Andi Offset. Yogyakarta
- _____, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.V.
- Wiratna, Sujarweni. 2014. "*Metodologi Penelitian*". Yogyakarta : PT. PUSTAKA BARU.

