



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada KPR BTN Cabang Kupang

Jenifa Carejeira Lopes
Universitas Nusa Cendana

Petrus E. De Rozari
Universitas Nusa Cendana

Maria Indriyani Hewe Tiwu
Universitas Nusa Cendana

Jl. Adisucpto Penfui, Kupang, Nusa Tenggara Timur
Korespondensi penulis: nifaracai@gmail.com

Abstract. *This study aims to find out and explain the quality of service and the company's image towards customer satisfaction in KPR BTN Kupang branch. The type of research used by the researcher is quantitative research using primary data. This research was conducted at PT. Bank Tabungan Negara, Tbk. Kupang Branch. The sampling technique used in this study is to distribute questionnaires (questionnaires). The data analysis techniques used include validity tests, reliability tests, and regression analysis using SPSS analysis tools. The results of this study show that the results of multiple linear regression tests, service quality variables and the image of the State savings bank (BTN) company have a significant effect on customer satisfaction.*

Keywords: *Service Quality, Corporate Image, Customer Satisfaction, Bank Services*

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada KPR BTN cabang Kupang. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara, Tbk. Cabang Kupang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner (angket). Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi dengan menggunakan alat analisis SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji regresi linear berganda, variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan bank tabungan Negara (BTN) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan, Pelayanan Bank

PENDAHULUAN

Perekonomian dunia saat ini semakin berkembang, khususnya di Indonesia. Persaingan sektor perbankan tahun belakangan ini sudah sangat kompetitif. Bank-bank pemerintah maupun bank swasta tampak lebih agresif menawarkan berbagai produk perbankan ke konsumen. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus dapat meningkatkan nilai terhadap pelanggan dengan cara menghasilkan produk yang memiliki keunggulan dan juga pelanggan dapat merasakan jaminan produk yang dihasilkan sehingga dapat terciptanya citra perusahaan yang positif.

Kualitas pelayanan merupakan pelayanan bagi masyarakat luas dengan cara pengelolaan yang profesional dan memperhatikan kebutuhan setiap pelanggan. Adanya kualitas pelayanan ini adalah untuk menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu mengembangkan perusahaannya. Kualitas pelayanan hendaknya menjadi hal yang utama yang harus diperhatikan serius oleh perusahaan, karena hal ini melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan di masa depan perusahaan.

Menurut Ratnasary dan Aksa (2011:107), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang diterima atau diperoleh. Kualitas pelayanan yang baik di dalam sebuah perusahaan akan membentuk sebuah persepsi baik bagi nasabah yang akan mempengaruhi nasabah untuk melakukan pengambilan kredit. Sebuah layanan yang mutu hanya bisa dirasakan oleh para nasabah. Apabila nasabah memperoleh layanan yang baik maka akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk pengambilan kredit di bank tersebut.

Citra perusahaan merupakan tujuan dan sekaligus merupakan reputasi dan persepsi yang hendak dicapai suatu perusahaan. Walaupun citra perusahaan merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat dirasakan oleh masyarakat luas sebagai konsumen atau pelanggan.

Menurut Riawati dan Saino (2014) dalam hasil penelitian sebelumnya mengatakan dari hasil analisis dan pengujian hipotesis menunjukkan kualitas pelayanan di divisi *Costumer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra bank pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Kas UNESA Surabaya. Ditemukan bahwa pada indikator bukti Fisik (*tangible*), yaitu tentang kebersihan toilet, memiliki nilai presentasi yang rendah. Untuk mengatasi masalah yang ada solusinya adalah dengan meminimalisir kesalahan serta tidak mengulangi kesalahan yang pernah dilakukan, misalnya memberi nomor antrean pada nasabah agar tidak terjadi kesalahan ketika akan menerima pelayanan, dan hendaknya bank juga meningkatkan kualitas layanan dengan cara menawarkan produk-produk yang menarik yang sesuai dengan kebutuhan nasabah (tidaknya hanya fokus dengan KPR) dengan harapan nasabah akan puas dan persepsi masyarakat, khususnya Nasabah Bank BTN.

Bank Tabungan Negara (persero) Tbk atau biasa disebut Bank BTN adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang perbankan. Bank BTN juga memiliki banyak program kredit yang bertujuan menarik perhatian nasabah yang salah satunya yaitu Kredit Pemilikan Rumah (KPR). KPR adalah fasilitas kredit yang diberikan oleh perbankan kepada para nasabah perorangan yang akan membeli atau memperbaiki rumah (www.bi.go.id) peningkatan pemberian KPR oleh bank-bank di sebabkan masih banyaknya

masyarakat yang membutuhkan rumah kredit dari bank BTN yang sudah dikenal banyak masyarakat mengenai penyaluran kredit KPR. Dalam sebuah usahanya bank BTN harus memperhatikan beberapa hal yang membuat nasabah sebelum memutuskan untuk mengambil kredit.

Di antaranya bank yang menyadari sepenuhnya tingginya tingkat persaingan dalam industri perbankan dan pentingnya kepuasan nasabah adalah bank BTN Cabang Kupang. Hal ini dikarenakan bank BTN Cabang Kupang menghadapi era persaingan yang sangat kompetitif. Persaingan bukan hanya dengan sesama bank milik pemerintah daerah, tetapi juga dengan bank-bank swasta serta lembaga keuangan non-bank lainnya yang rata-rata memiliki produk yang hampir sama. Kondisi ini dengan mau tidak mau mengharuskan setiap bisnis bank, tidak terkecuali bank BTN Cabang Kupang untuk mengoptimalkan layanan dan citra yang unggul serta positif kepada masyarakat.

Salah satu nasabah KPR Bank BTN Cabang Kupang asal Kabupaten Nagekeo, mengancam akan mempolisikan pihak Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Kupang. Warga perumahan Malasera ini mengaku melakukan kredit rumah sejak tahun 2014 di BTN. Kredit sudah berjalan Sembilan bulan dengan jumlah biaya 19.300.000 Nasabah tersebut menjelaskan sejak tahun 2014 pihaknya belum pernah menempati perumahan Malasera yang ia bayar secara kredit karena ada masalah sosial dengan lokasi tanah tempat perumahan Malasera dibangun.

Nasabah KPR BTN tersebut mengatakan meskipun saat ini tanah perumahan Malasera sudah menjadi milik pemerintah daerah Nagekeo, ia ingin menarik kembali uang kredit di Bank BTN Cabang Kupang karena tidak pernah menempati rumah tersebut. Namun hingga saat ini pihak Bank BTN Cabang Kupang enggan mengembalikan uangnya sebagai nasabah, malah ia mendapatkan sanksi dari BTN. Sejauh ini saya sudah melakukan angsuran kredit di BTN selama 7 tahun. Saya masuk pertama menjadi nasabah KPR sejak bulan januari tahun 2014, namun karena ada masalah sosial pada lokasi pembangunan perumahan Malasera tersebut, pada bulan 10 tahun 2014 saya membayar angsuran kredit kembali, tandasnya. Nasabah tersebut mengaku karena ada angsuran kredit di BTN, saat ini ia tidak bisa melakukan pinjaman di semua bank lain karena terdeteksi 'cacat'.

Tanah pembangunan rumah tersebut berstatus masalah sosial, karena nasabah selama tujuh tahun tidak pernah menikmati rumah tersebut. Sedangkan uang kami pun ditahan oleh pihak Bank BTN, bahkan kami disebut cacat, ini yang membuat nasabah tersebut secara pribadi merasa ditipu oleh pihak Bank BTN Cabang Kupang. Saya akan lapor ke polisi, tegasnya.

Oleh karena masalah diatas tersebut tugas memperbaiki mutu produk dan jasa seharusnya menjadi prioritas utama bagi perusahaan, namun sering kali perusahaan tidak melakukan perbaikan kualitas pelayanan dan tidak memperhatikan keluhan nasabah. Sehingga berdampak pada citra perusahaan Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Kupang sehingga berdampak juga pada kepuasan nasabah nantinya.

Meningkatkan nilai nasabah dapat dilakukan melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya. Semakin baik kualitas pelayanan yang disajikan kepada nasabah, akan semakin tinggi pula nilai nasabah terhadap bank tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui dan memahami fenomena tersebut dengan melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada KPR BTN Cabang Kupang”

METODE

Jenis penelitian bersifat studi kasus dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul secara kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi. Untuk menganalisis data dari setiap teknik analisis data yang digunakan maka digunakan program SPSS (*statistical program forsocial science*)

HASIL PENELITIAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Berdasarkan pengujian yang dilakukan diketahui bahwa r hitung variabel Kualitas pelayanan (X_1), Citra perusahaan (X_2) dan Kepuasan pelanggan (Y) setiap butir pernyataan lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada setiap variabel dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Tabel 1
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,881	>0,60	Reliabel
Citra perusahaan (X2)	0,765	>0,60	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0,632	>0, > 0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan bahwa hasil uji reabilitas diatas diketahui nilai cronbach's alpha pada setiap variabel lebih besar 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian dikatakan reliable, yang artinya selalu memberikan hasil yang sama jika di uji secara terus menerus di waktu yang berbeda.

2. Regresi Linear Berganda

Tabel 2
Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
Kualitas pelayanan	2.055	.047
Citra Perusahaan	3.326	.002

Berdasarkan tabel 2 hasil uji regresi linear berganda diatas diketahui persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 17.159 + 0,159X_1 + 0,430 X_2 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 17.159 yang berarti jika variabel X_1, X_2 dianggap tetap (asumsi ceteris paribus) kualitas pelayanan, citra perusahaan, maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 17.159.
2. Koefisien X_1 sebesar 0,159 artinya bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X_1 (kualitas pelayanan) sebesar 1% maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,159 (15%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X_1 (kualitas pelayanan) sebesar 1% maka kepuasan pelanggan menurun sebesar 0,159 (15%)
3. Koefisien X_2 sebesar 0,430 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X_2 (citra perusahaan) sebesar 1% maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,430 (43,0 %) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X_2 sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,430 (43,0%)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 3
Uji T

<i>Variabel</i>	<i>t hitung</i>	<i>Sig.</i>
Kualitas pelayanan	2.055	.047
Citra Perusahaan	3.326	.002

Berdasarkan hasil uji tabel 3 maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 3 diperoleh t-hitung sebesar $2,055 > t$ tabel $2,026$ dengan taraf signifikansi $0,047 < 0,05$ maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada KPR BTN.

2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 3 diperoleh t-hitung sebesar $3,326 > t$ -tabel $2,026$ dengan taraf signifikansi $0,002 < 0,05$ maka citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada KPR BTN.

a. Uji F

Tabel 4
Uji F

<i>Model</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression Residual Total</i>	17.417	,000 ^b
a. <i>Dependent Variable</i> : Kepuasan Pelanggan		
b. <i>Predictors</i> : (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan		

Berdasarkan tabel 4 diketahui f_{hitung} sebesar $17.417 > f$ tabel $3,26$ dengan nilai taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka kualitas pelayanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada KPR BTN.

3. Koefisien determinasi

Tabel 5
Uji Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,457
a. <i>Predictors</i> :(Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan	

Berdasarkan tabel 5 uji koefisien determinasi diatas diperoleh nilai koefisien adjusted R Square sebesar .457 artinya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kedua variabel yaitu kualitas pelayanan dan citra perusahaan sebesar 45,7 % sedangkan sisanya 54,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada KPR BTN Cabang Kupang

Pengujian hipotesis pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR BTN Cabang Kupang. Jadi nasabah bank BTN Cabang Kupang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh karyawan perusahaan, seperti ruangan kantor yang selalu bersih, karyawan cepat menangani keluhan nasabah, memiliki online system dengan akses yang cepat, memberikan keamanan dalam bertransaksi, serta karyawan yang melayani dengan ramah diberikan oleh karyawan dan perusahaan.

Manajemen perusahaan yang bisa meningkatkan kualitas pelayanan akan memperkecil keluhan atau complain yang akan dilakukan oleh nasabah. Keluhan atau complaint terjadi ketika nasabah merasakan ketidakpuasan pada saat menerima sebuah pelayanan. Kedepannya bagi perusahaan bank BTN cabang kupang menangani keluhan dan complaint yang diajukan oleh nasabah dengan cepat. Jumlah keluhan yang besar akan berdampak buruk pada citra perusahaan pada Bank BTN cabang kupang, dan sebagai konsekuensinya nasabah akan berpindah pada bank lainnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan kotler (2009), indriyani (2013), dan budiningtyas dkk (2010), yang dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada KPR BTN Cabang Kupang

Pengujian pada citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR BTN Cabang Kupang. Citra perusahaan yang melekat terhadap nasabah merupakan sebuah persepsi dari suatu perusahaan dalam benak nasabah yang terkait komitmen dan intensitas kepedulian dalam strategi berkomunikasi (pradipta, 2012) juga menyatakan bahwa citra perusahaan yang semakin tinggi dalam benak masyarakat maka dapat meningkatkan kepuasan. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi citra perusahaan yang positif dalam benak nasabah maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi.

Citra perusahaan secara akurat akan mencerminkan tingkat komitmen organisasi terhadap kualitas, keunggulan, dan hubungan dengan pelanggan loyal dan potensial karyawan dan staf dimasa depan, pesaing, mitra dan masyarakat pada umumnya dalam hal ini citra

perusahaan membantu memfasilitasi pengetahuan nasabah pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu dan mengurangi ketidakpastian.

Hasil penelitian ini didukung oleh Meilani (2019), Syaifullah dan Mitra (2018), Finnoran dan Rajak (2017), dan Pontoh, dkk (2014) yang menunjukkan citra mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada KPR BTN Cabang Kupang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan diduga dapat mendorong peningkatan kepuasan nasabah. Kualitas layanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah dibandingkan citra perusahaan, karena jika dapat memberikan kualitas pelayanan dengan baik dan memuaskan nasabah, maka citra perusahaan juga akan meningkat.

Pembahasan ini menyajikan tentang hubungan antara temuan penelitian dengan kebijakan perusahaan yang relevan. Implikasi hasil penelitian ini menekankan pada manfaat nyata dari hasil penelitian untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank BTN Cabang Kupang.

Hasil analisis penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan akan menimbulkan kepuasan. Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa. Hal terpenting yang harus dilakukan adalah memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya. Perusahaan Bank Tabungan Negara cabang kupang telah meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan agar nasabah merasa puas. Ketika nasabah merasa puas, maka nasabah akan loyal terhadap perusahaan tersebut, sedangkan nasabah yang tidak puas akan melakukan keluhan.

Manajemen perusahaan yang bisa meningkatkan kualitas pelayanan akan memperkecil keluhan atau komplain yang akan dilakukan oleh ketidakpuasan pada saat menerima sebuah pelayanan. Kedepannya bagi perusahaan Bank BTN Cabang Kupang menangani keluhan dan penolakan yang diajukan oleh nasabah dengan cepat. Jumlah keluhan yang besar akan berdampak buruk pada citra perusahaan pada Bank BTN Cabang Kupang, dan sebagai konsekuensinya nasabah akan berpindah pada Bank lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Analisis penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KPR BTN cabang Kupang. Artinya bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah pada KPR BTN cabang kupang dapat meningkatkan rasa kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah KPR BTN cabang kupang maka semakin tinggi kepuasan nasabah perusahaan tersebut.
2. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada KPR BTN cabang kupang. Artinya bahwa citra perusahaan yang dirasakan oleh nasabah pada KPR BTN cabang kupang dapat meningkatkan rasa kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan semakin baik citra perusahaan yang dirasakan oleh nasabah pada KPR BTN cabang kupang maka semakin tinggi pula tinggi kepuasan nasabah pada perusahaan tersebut.
3. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan bank tabungan Negara (BTN) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut

1. Bagi perusahaan Bank Tabungan Negara khususnya bagian KPR (kredit pemilikan rumah) diharapkan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan seperti cepat dalam melayani nasabah, memberikan solusi dengan baik dan tepat, serta tetap mempertahankan citra perusahaan yang tinggi sebagai citra diri nasabah. Karena pada penelitian ini dibuktikan citra perusahaan berpengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah pada KPR BTN cabang kupang. Selain itu bank BTN cabang kupang sangat perlu untuk mempertahankan kepuasan nasabahnya agar tidak berpindah pada bank lain.
2. Bagi peneliti berikutnya, untuk meningkatkan kualitas penelitian maka sebaiknya mencari jumlah sampel yang besar, memperluas ruang lingkup penelitian dan menggunakan perusahaan bank lainnya serta dapat menggunakan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd-Salam, E. M. (2013). The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: Testing the mediating role. Case analysis in an international service company. *Journal of Business & Retail Management Research*, 8(1), 130-153.
- Bank Indonesia. (1998). UU No. 10 tahun 1998, Tentang Perubahan terhadap UU No. 7 tahun 1992. Jakarta.
- Budiningtyas, F. S., Purwadi, D., & Mardalis, A. (2010). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada minimarket. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 11(2), 87-107.
- Dini Puspa Riawati, & Saino. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan devisi customer service terhadap citra bank pada PT. Bank Tabungan Negara, Tbk. Kantor Kas Unesa Surabaya.
- Finnora, E., & Rajak, I. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Manajemen Krisnadwipayana*, 5(2).
- Hendro, Y., & Syamswana, Y. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko King Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1), 331-346.
- Julia, R. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing pemasaran*. (13th ed., Vol. 1). Jakarta: PT. Indeks.
- Luh Ayu Mulyaningsi. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank OCBC NISP Denpasar. *E-jurnal*, 5(1), 1-30.
- Novitasary, dkk. (2020). Pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan, suku bunga, dan promosi terhadap keputusan pengambilan kredit rumah PT. Bank Tabungan Negara Cabang Gresik. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 1(1).
- Palenewe, P., dkk. (2014). Kualitas pelayanan dan fasilitas pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Cabang Pembantu Palu. *Jurnal EMBA*, 2(3).
- Pradipta, D. A. (2012). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap loyalitas konsumen produk oli pelumas PT. Pertamina (Persero) Enduro 4Y di Makassar. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin, Makassar.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran* (13th ed., Vol. 2). Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Penerbit Erlangga.
- Putu Andrika Indriyani. (2013). Tanggungjawab moral, kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan dan kualitas pelayanan pada kepatuhan pelapor wajib pajak badan. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 7(2).

- Qusnul Dyah Novitasari, & Rosiana Ainul Hidayanti. (2020). Pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan, suku bunga, dan promosi terhadap keputusan pengambilan kredit rumah PT. Bank Tabungan Negara Cabang Gresik. *Journal Mahasiswa Manajemen*, 1(1).
- Rizal, T. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada BMT Kampoeng Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Ratnasary, T. R., & Mastuti H. Aska. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Ghalia Indonesia.
- Harison, S. (2014). *Public relations: An introduction*. London: Thomas Learning.
- Rosmini, S. H. (2012). Pelayanan publik dalam konteks otonomi daerah. *Yusriska: Jurnal Ilmiah Hukum*, 4(2).
- Sondakh, C. (2014). Kualitas layanan, citra merek dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah tabungan (Studi pada nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 19-32.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susila, I. (2015). *Implementasi dimensi layanan publik dalam konteks otonomi daerah*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998. *Tentang Perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. Jakarta.
- Undang-Undang Perbankan No. 23 Tahun 1999. *Tentang Bank Indonesia*.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2008). *Service marketing*. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Wijayanto, K. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 17(1).