

PENGARUH KUALITAS LAYANAN SMS BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT BANK RAKYAT INDONESIA KANTOR CABANG MADIUN

Agus Yan Praptasany, Elva Nuraina dan Purweni Widhianningrum
Program Studi Pendidikan Akuntansi - FPIPS
IKIP PGRI MADIUN

ABSTRAK

Loyalitas nasabah adalah puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang di gunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial dan simultan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun. Populasi penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *SMS Banking* di PT Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun. Sampel perbankan dalam penelitian ini adalah nasabah selama periode awal tahun 2013 sampai dengan bulan Maret 2014. Pengambilan sampel dilaksanakan dengan teknik *Indidental Sampling* sehingga didapat sampel sejumlah 377 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini didapat dengan wawancara dan kuisioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Dari hasil uji parsial yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empati berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Madiun. Hal ini dikarenakan kelengkapan fisik ruang kantor, kecepatan, ketepatan, keamanan, kemudahan bertransaksi dengan *SMS Banking* mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Madiun. Dari hasil uji simultan diperoleh hasil bahwa kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun. Hal ini menunjukkan apabila Dimensi kualitas layanan dilaksanakan secara bersama – sama akan membuat nasabah semakin Loyal.

Kata Kunci : Kuailtas Layanan, SMS Banking, earning, Loyalitas Nasabah.

PENDAHULUAN

Salah satu perkembangan teknologi sekarang adalah di sektor teknologi informasi. Tidak bisa dibantah lagi, kemajuan teknologi informasi ini ikut menambah tantangan yang dihadapi oleh perbankan. Perkembangan teknologi informasi (TI) menyebabkan makin pesatnya perkembangan jenis dan kompleksitas produk dan jasa bank. Dukungan TI (teknologi informasi) bagi industri perbankan merupakan sebuah keharusan. Tak terbayangkan jika saat ini industri perbankan bergerak tanpa dukungan TI yang memadai.

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien. Sebagai contoh untuk melakukan pengiriman uang (transfer) dapat dilakukan pada saat itu juga dengan sistem on line komputer. Padahal sebelumnya untuk mengirim uang dari satu bank ke lokasi lainnya memerlukan waktu beberapa hari (Kasmir, 2010 : 2)

Bank merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang finansial. Seperti diketahui prosedur transaksi pada setiap bank di Indonesia tidak jauh berbeda dimana biasanya dimulai dengan penulisan data terlebih dahulu, mengantri, lalu dilanjutkan dengan proses transaksi dimana terjadi tatap muka langsung antara nasabah dan teller. Proses ini cukup menyita waktu dan tidak jarang menyebabkan ketidaknyamanan ketika nasabah harus mengantri dalam waktu yang cukup lama. Namun dengan penggunaan teknologi canggih di sektor perbankan dipastikan akan mengubah pola transaksi. Kegiatan bank yang tadinya lebih banyak disibukkan dengan transaksi yang berkaitan dengan uang tunai, penarikan dan penyetoran uang, akan menjadi lebih praktis dan cepat tanpa harus nasabah direpotkan untuk antri dan menulis setoran. Produk perbankan yang menggunakan teknologi informasi atau yang biasa disebut dengan *mobile banking* atau disingkat dengan *mBanking*. Dengan adanya kemajuan dibidang teknologi informasi ini nasabah dapat melakukan transaksi darimana saja dan kapan saja.

Pada saat yang bersamaan, teknologi ini pula yang akan menjadi senjata bagi bank yang bersangkutan untuk bersaing dengan bank – bank lain, terutama dalam usahanya untuk menciptakan suatu produk pelayanan yang lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat. Berikut, dijelaskan beberapa teknologi layanan perbankan antara lain adalah *Mobil Banking* (Wiji Nurastuti, 2011:110). Salah satu produk *mobile banking* tersebut adalah *sms banking*. SMS Banking merupakan salah satu alternatif elektronik channel yang menggunakan mobile phone banking sebagai device-nya dan messaging system atau short message system (SMS) sebagai media transaksinya. Layanan ini diharapkan mampu memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi *any time, any where, any device*. (Buku Pedoman Operasional - *SMS Banking* BRI, 2008 : 2).

Bagi nasabah yang memiliki tingkat kesibukan yang tinggi sehingga tidak sempat pergi ke bank kerana terhalang oleh rutinitas kesibukan, maka layanan *SMS Banking* bisa menjadi solusi bagi nasabah Bank Rakyat Indonesia tersebut. Hal ini dapat menimbulkan minat nasabah untuk menggunakan *SMS Banking* Bank Rakyat Indonesia secara inten sehingga dapat meningkatkan loyalitas terhadap Bank Rakyat Indonesia.

PEMENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penelitian yang dilakukan oleh Juhari (2012) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Centrum Pangkalpinang bahwa kualitas pelayanan secara parsial, variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti langsung berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalties pelanggan. Ketut Gunawan dan Sundring Pantja Djati (2011) menyebutkan bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi variabel bukti langsung berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalties pelanggan. Hais Dama (2010) menemukan bahwa variabel Bukti Langsung berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalties nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dibangun sebagai berikut :

H₁ : Bukti Langsung berpengaruh signifikan terhadap tingkat loyalties nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Hais Dama (2010) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalties nasabah pada bank mandiri cabang gorontalo bahwa keandalan berpengaruh parsial secara positif terhadap loyalties nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Ketut Gunawan dan Sundring Pantja Djati (2011) tentang Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja–Bali) bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi variabel Keandalan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalties pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Ernani Hidayati (2010) tentang Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap

Loyalitas Pelanggan bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi variabel Keandalan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dibangun sebagai berikut :

H₂ : Keandalan berpengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Ketut Gunawan dan Sundring Pantja Djati (2011) tentang Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja–Bali) bahwa melalui ke Daya Tanggap ingin mendapatkan respon pasien sejauh mana pihak rumah sakit umum swasta di kota Singaraja memberikan respon yang berkaitan dengan ke Daya Tanggap petugas atas keluhan dan masalah yang dihadapi, keramah tamahan petugas, kecepatan petugas, kelengkapan fasilitas, makanan dan minuman yang berkualitas. Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa KeDaya Tanggap mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas pasien Rumah sakit Umum di kota Singaraja-Bali. Penelitian yang dilakukan oleh Ernani Hidayati (2010) tentang Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi variabel Daya Tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Hais Dama (2010) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi variabel Daya Tanggap berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dibangun sebagai berikut :

H₃ : Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatona (2010) tentang Kualitas Jasa yang mempengaruhi loyalitas dan relevansinya terhadap kepuasan bahwa variabel Jaminan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah kredit. Penelitian yang dilakukan oleh Ernani Hidayati (2010) tentang Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi variabel Jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Hais Dama (2010) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi variabel Jaminan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dibangun sebagai berikut :

H₄ : Jaminan berpengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Juhari (2012) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Centrum Pangkalpinang bahwa kualitas pelayanan secara parsial, variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi variabel Empati berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Ketut Gunawan dan Sundring Pantja Djati (2011) tentang Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja–Bali) bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi variabel Empati berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Winarti Setyorini (2011) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Mahkota di Pangkalan BUN bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi variabel Empati berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dibangun sebagai berikut :

H₅ : Empati berpengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah.

METODA PENELITIAN

Populasi, Data dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah baik nasabah Britama maupun Simpedes yang terdaftar sebagai pengguna layanan *Short Message System Banking* Bank Rakyat Indonesia di area wilayah kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Madiun.

Peneliti menentukan jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan rumus Yamane (Jonathan Sarwono dan Ely Suhayati, 2010 : 57). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *insidental Sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling insidental. Untuk pengambilan teknik *Insidental Sampling* dilaksanakan di kantor Bank Rakyat Indonesia cabang Madiun.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan variabel dependen jika variabel independen dinaikan atau diturunkan.

Untuk melakukan peramalan maka dibuatlah persamaan sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas nasabah
- X1 = Bukti Langsung,
- X2 = Keandalan
- X3 = Daya Tanggap
- X4 = Jaminan
- X5 = Empati,
- Bo = konstanta,
- b1-b5 = Koefisien regresi.

ANALISIS DATA

Hasil uji regresi dalam penelitian ini tersaji sebagai berikut.

Tabel 1
Hasil Uji regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,763	0,756		8,058	,000
Bukti fisik	0,355	0,044	0,388	2,254	,025
Keandalan	0,068	0,030	0,096	4,212	,000
Daya tanggap	0,140	0,033	0,185	3,635	,000
Jaminan	0,143	0,039	0,152	3,536	,000
Empati	0,129	0,036	0,145	8,058	,000

1). Koefisien determinasi

Berdasarkan analisis koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,542 yang berarti menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan analisis koefisien determinasi (R²) adalah 0,536 artinya perubahan loyalitas nasabah (Y) mampu diterangkan oleh perubahan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama sebesar 53,6%. Sementara sisanya yaitu sebesar 46,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

2) Nilai F Regresi

Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 87,811$ dan $F_{tabel} = 2,24$; maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 0,000 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a diterima artinya bahwa secara keseluruhan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

3) Uji t (Nilai t Regresi)

Berdasarkan uji t untuk bukti fisik memiliki t_{hitung} sebesar 8,058 dan t_{tabel} sebesar 1,966 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Kemudian dari tingkat signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Hipotesis yang menyatakan menerima H_a menunjukkan bahwa variabel bukti fisik secara partial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan uji t untuk keandalan memiliki t_{hitung} sebesar 2,254 dan t_{tabel} sebesar 1,966 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Kemudian dari tingkat signifikan t sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05 ($0,025 < 0,05$) maka hipotesis penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Hipotesis yang menyatakan menerima H_a menunjukkan bahwa variabel keandalan secara partial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan uji t untuk daya tanggap t_{hitung} sebesar 4,212 dan t_{tabel} sebesar 1,966 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Kemudian dari tingkat signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Hipotesis yang menyatakan menerima H_a menunjukkan bahwa variabel daya tanggap secara partial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan uji t untuk jaminan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,635 dan t_{tabel} sebesar 1,966 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Kemudian dari tingkat signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Hipotesis yang menyatakan menerima H_a menunjukkan bahwa variabel jaminan secara partial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan uji t untuk empati memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,536 dan t_{tabel} sebesar 1,966 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Kemudian dari tingkat signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Hipotesis yang menyatakan menerima H_a menunjukkan bahwa variabel empati secara partial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun. Berdasarkan analisis dan hasil penelitian dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel bukti fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dari dimensi bukti fisik mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun melalui *SMS Banking* BRI. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan adanya bukti fisik diantaranya seperti mesin ATM, kondisi ruangan yang bersih dan nyaman, fasilitas fitur layanan *SMS*

- Banking* yang lengkap, nasabah akan semakin tertarik menggunakan layanan *SMS Banking* yang dampaknya akan berpengaruh terhadap peningkatan laba perusahaan.
2. Variabel kehandalan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dari dimensi kehandalan mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun melalui *SMS Banking* BRI. Dimensi kehandalan tersebut diantaranya adalah kecepatan bertransaksi, kemudahan dan ketepatan karyawan dalam melayani nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik dimensi kehandalan yang diberikan, maka loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun akan semakin tinggi yang dampaknya akan berpengaruh terhadap peningkatan laba perusahaan.
 3. Variabel daya tanggap berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dari dimensi daya tanggap mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun melalui *SMS Banking* BRI. Dimensi daya tanggap tersebut diantaranya adalah kesigapan, kecepatan, kesediaan dan ketelitian karyawan serta mengutamakan kepentingan terbaik bagi nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik daya tanggap yang diberikan, maka loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Madiun akan semakin tinggi sehingga berdampak terhadap peningkatan laba perusahaan.
 4. Variabel jaminan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor cabang Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dari dimensi jaminan mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun melalui *SMS Banking* BRI. Dimensi jaminan tersebut diantaranya adalah karyawan yang memiliki pengetahuan luas, keramahan karyawan, keamanan bertransaksi, jaminan bertransaksi dan menanamkan kepercayaan kepada nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik jaminan yang diberikan oleh pihak BRI maka loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun akan semakin tinggi sehingga berdampak terhadap peningkatan laba perusahaan.
 5. Variabel Empati berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dari dimensi empati mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun melalui *SMS Banking* BRI. Dimensi empati tersebut diantaranya adalah penyampaian informasi kepada nasabah, sikap dan perilaku yang baik dari karyawan, tegur sapa dan tutur kata karyawan yang sopan kepada nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik empati yang diberikan, maka loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Madiun akan semakin tinggi sehingga berdampak terhadap peningkatan laba perusahaan.
 6. Variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara komprehensif mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Madiun melalui *SMS Banking* BRI.

SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa kualitas layanan *SMS Banking* BRI yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terbukti berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian Bank Rakyat Indonesia diharapkan terus secara konsisten melakukan dan meningkatkan kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara menyeluruh dengan cara menambah sarana-prasarana kelengkapan penunjang transaksi seperti mesin ATM, memberikan layanan yang cepat, akurat, tanggap, bebas dari resiko dan memberikan perhatian yang tulus kepada nasabah agar loyalitas semakin meningkat sehingga dapat memberikan kontribusi kepada Bank Rakyat Indonesia berupa peningkatan laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Divisi Layanan PT Bank Rakyat Indonesia. 2008. *Buku Prosedur Operasional SMS Banking*. Tanpa Kota: PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.
- Duwi Priyatno. 2009. *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta : Gava Media.
- Duwi Priyatno. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ernani Hidayati. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen* (Online), Vol.2, No.2. ISSN : 2085 – 0972, (<http://Journal.unja.ac.id>, Diunduh 25 Maret 2014).
- Gunawan Adi Saputro. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- H. Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H. Malayu S.P Hasibuan. 2011. *Dasar – Dasar Perbankan*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hais Dama. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo. *Inovasi* (Online), Vol.2, No.2. ISSN : 1693 – 9034, (<http://Digilip.esaunggul.ac.id>, Diunduh 26 Maret 2014).
- Hengky Latan dan Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung : Alfabeta.
- J. Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Jonathan Sarwono dan Ely Suhayati. 2010. *Riset Akuntansi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Juhari. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Centrum Pangkalpinang. *Ilmiah : Jurnal Analisis Pengaruh Kualitas* (Online), Vol.IV, No.3, (<https://Juhari.tz.files.wordpress.com>, Diunduh 26 Maret 2014).
- Kasmir. 2007. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ketut Gunawan dan Sundring Pantja Djati. 2011. Kualitas Layanan Dan Loyalitas Pasien (Studi Pada Rumah Sakit Umum Swasta Di Kota Singaraja – Bali). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* (Online), Vol.13, No.1, (<https://id.scribd.com>, Diunduh 25 Maret 2014).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Siti Fatona. 2010. Kualitas Jasa Yang Mempengaruhi Loyalitas dan Relevansinya terhadap Kepuasan. *Jurnal Dinamika Manajemen* (Online), Vol.1, No.1, (<http://Journal.unnes.ac.id>, Diunduh 26 Maret 2014).
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Wiji Nurastuti. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Winarti Setyorini. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Mahkota Di Pangkalan Bun. *Jurnal Ilmu – ilmu Sosial* (Online), Vol.3. No.1, (<http://kopertis11.net>, Diunduh 26 Maret 2014).
- Yasid. 2008. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Zulian Yamit. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia.
- 1998. Undang-Undang RI Tentang Perbankan Nomor 10 tahun 1998. Jakarta
- 2007. Peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI/2007 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Jakarta.