



Pengaruh Banking Service Quality (BSQ) Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank CIMB Niaga Syariah Padang

Yulia Nerise Fitriensi

Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Haji Agus Salim Bukittinggi

Dasep Suryanto

Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Haji Agus Salim Bukittinggi

Adriansyah Adriansyah

Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Haji Agus Salim Bukittinggi

Korespondensi Penulis: yulianerisefitriensi17284@gmail.com

Abstract. *This research will advance the Bahia and Nantel's research by studying the impact of Bahia and Natel's BSQ dimensions toward customer satisfaction and its influence on customer loyalty. This study being held in Bank CIMB Niaga Syariah, Padang Branch in West Sumatera Province. 190 respondents had been took as a samples in this study by using convenience sampling method. Primary data had been obtained through questionnaires. Data analysis method which used in this study is Structural Equation Modelling. The findings shows that BSQ's dimensions have a positive and significant impact toward customer satisfaction, moreover customer satisfaction have a positive and significant impact toward customer loyalty. Based on those results, so it been concluded that tangible must have an extra attention in order to increase the customer satisfaction.*

Keywords: *Banking Service Quality (BSQ), Satisfaction, Loyalty*

Abstrak. Penelitian ini melakukan kajian terhadap dimensi-dimensi kualitas pelayanan jasa perbankan (BSQ) yang dikembangkan oleh Bahia dan Nantel (2000), lebih lanjut penelitian ini juga akan melakukan kajian mengenai pengaruh dari dimensi-dimensi BSQ tersebut terhadap kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah CIMB Niaga Syariah Padang. Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 190 orang yang diambil dengan metode *convenience sampling*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui metode angket / kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modelling*. Hasil penelitian ini adalah bahwa dimensi-dimensi dalam BSQ memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, lebih lanjut ditemukan pula bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini memberi implikasi manajerial bahwa dimensi keterwujudan perlu memperoleh perhatian lebih dalam menyusun strategi agar kepuasan nasabah makin meningkat.

Kata kunci: *Banking Service Quality (BSQ), Kepuasan, Loyalitas*

PENDAHULUAN

Jumlah lembaga keuangan syariah di Indonesia semakin bertambah, hal ini dapat dilihat pada masing-masing bank konvensional yang membuka unit usaha perbankan syariah. Layaknya sebagai lembaga perbankan, bank syariah juga menyediakan berbagai jenis produk serta layanan jasa perbankan dengan skema keuangan yang lebih bervariasi. Perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang terpercaya dan dapat dimanfaatkan oleh semua golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Salah satu perusahaan perbankan syariah yang berada di Kota Padang Propinsi Sumatera Barat adalah Bank CIMB Niaga Syariah, yang merupakan perusahaan perbankan milik swasta yang berskala nasional. Selama ini nasabah Bank CIMB Niaga Syariah Padang senantiasa stabil jumlahnya dengan kecenderungan meningkat. CIMB Niaga Syariah Padang harus terus menerus melakukan strategi-strategi yang dirasakan dapat mempertahankan nasabahnya, salah satunya adalah dengan meningkatkan loyalitas nasabah. Usaha untuk meningkatkan loyalitas nasabah senantiasa berhubungan erat dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah (Yavas dan Shemwell, 1996).

Pada penelitian ini dimensi-dimensi kualitas pelayanan jasa perbankan (*BSQ*) akan digunakan sebagai faktor-faktor yang akan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam kaitannya untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah Padang.

KAJIAN TEORITIS

Banking Service Quality (BSQ)

Kualitas pelayanan yang diterima adalah penilaian nasabah (suatu bentuk dari sikap) dan merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan nasabah mengenai harapan dan persepsi aktual mengenai jasa yang mereka terima (Lewis, 1989). Bahia dan Nantel (2000) mengembangkan suatu skala baru untuk mengukur kualitas pelayanan bagi industri perbankan terutama retail banking, hal ini dilakukan untuk menghindari kritik-kritik yang ditujukan pada *SERVQUAL*. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka diperoleh 6 dimensi yang selanjutnya disebut kualitas pelayanan jasa perbankan (*Banking Service Quality/ BSQ*) yang terdiri dari :

1. Keefektifan dan Jaminan (*Effectiveness and Assurance*)
2. Akses (*Access*)
3. Harga (*price*)
4. Keterwujudan (*Tangible*)
5. Portofolio Pelayanan (*Service Portfolio*)
6. Keandalan (*Reliability*)

Kepuasan Nasabah

Definisi mengenai kepuasan pelanggan di antaranya adalah Oliver (1981) yang mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan karakteristik dari pelanggan yang merasasurprise atas harapannya. Sementara itu Engel et al. (1990) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang dirasakan tidak memenuhi harapan pelanggan. Definisi-definisi mengenai kepuasan pelanggan tersebut secara umum menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi atas *post consumptions* suatu barang atau jasa. Lebih lanjut Andreassen (1994) menyatakan bahwa kepuasan nasabah dapat dibentuk melalui 3 item, yaitu :

1. Tingkat kepuasan terhadap pelayanan secara keseluruhan.
2. Tingkat kepuasan terhadap pelayanan apabila dibandingkan dengan jasa sejenis.
3. Keinginan mencari pelayanan serupa.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern. Hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu. Penelitian pada bidang loyalitas pelanggan pada umumnya menitik beratkan pada hal-hal yang erat kaitannya dengan produk atau loyalitas terhadap merek, sementara loyalitas pada suatu perusahaan jasa sangat jarang untuk diteliti (Gremmer dan brown, 1996 dalam Bloemer et al., 1999). Loyalitas terhadap suatu jasa cenderung lebih tergantung pada hubungan antar individu, lain halnya dengan loyalitas terhadap barang yang berwujud

(Macintosh dan Lockshin, 1998). Sehingga dapat dikatakan bahwa loyalitas suatu pelanggan jasa atau biasa disebut nasabah pada sektor perbankan cenderung lebih nyata daripada loyalitas pelanggan pada produk yang berwujud. Pendekatan perilaku dan sikap terhadap loyalitas telah berkembang, elemen-elemen dari loyalitas yang telah sering digunakan adalah yang dikembangkan oleh Zeithaml et al. (1996), elemen tersebut adalah :

1. Komunikasi *word of mouth*.
2. Niat untuk melakukan transaksi di masa mendatang.
3. Sensitivitas terhadap harga.
4. Perilaku mengeluh.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan individu yang memiliki kualitas-kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank CIMB Niaga Syariah Padang sampai dengan akhir tahun 2019 yang berjumlah 3.754 orang nasabah. Tidak semua anggota populasi akan menjadi responden pada penelitian ini, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan bisa dianggap mewakili populasi (Singarimbun, 1991), teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling (convenience sampling)*. *Convenience sampling* dilakukan dengan memberikan kuesioner untuk diisi kepada nasabah yang datang pada Bank CIMB Niaga Syariah Padang selama periode penelitian (bulan November 2019 hingga bulan Februari 2020). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini juga sudah disesuaikan dengan saran Hair et al. (1998) mengenai jumlah sampel yang representatif untuk menggunakan teknik analisis *SEM*, yaitu 100 – 200.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer yang dipakai adalah dengan metode angket (kuesioner). Angket tersebut akan disebarakan kepada nasabah dan diisi oleh nasabah Bank CIMB Niaga Syariah Padang. Sejumlah pernyataan akan diajukan kepada responden dan kemudian responden diminta menjawab sesuai dengan pendapat mereka. Untuk mengukur pendapat tersebut digunakan skala lima angka yaitu mulai angka 5 untuk pendapat sangat setuju (SS) dan angka 1 untuk sangat tidak setuju (STS).

Analisis Data

Analisis data adalah proses penyerderhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode yang digunakan untuk menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan dua macam teknik analisis yaitu :

1. Analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory factor analysis*) pada *Structural Equation Modelling (SEM)* yang digunakan untuk mengkonfirmasi faktor faktor yang paling dominan dalam satu kelompok Variabel
2. *Regression weight* pada *SEM* yang digunakan untuk meneliti seberapa besar variabel- variabel yang diteliti saling berpengaruh

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pengaruh

Analisis pengaruh dalam penelitian ini terdiri dari analisis pengaruh langsung, analisis pengaruh tidak langsung dan analisis pengaruh total. Hasil dari analisis pengaruh ini dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini,

Tabel 1. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung Dan Total

Standardized Direct Effect – Estimates

	Portofolio Pelayanan	Kehandalan	Keterwujudan	Harga	Akses	Keefektifan & Jaminan	Kepuasan Nasabah
Kepuasan_Nasabah	0.285	0.236	0.304	0.162	0.172	0.23	0
Loyalitas_Nasabah	0.051	0.106	-0.044	0.38	-0.018	0.047	0.02

Pengaruh Banking Service Quality (BSQ) Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank CIMB Niaga Syariah Padang (Yulia Nerise Fitriensi)

Standardized Indirect Effect – Estimates

	Portofolio Pelayanan	Kehandalan	Keterwujudan	Harga	Akses	Keefektifan & Jaminan	Kepuasan Nasabah
Kepuasan_Nasabah	0	0	0	0	0	0	0
Loyalitas_Nasabah	0.006	0.005	0.006	0.003	0.003	0.005	0

Standardized Total- Effect – Estimates

	Portofolio Pelayanan	Kehandalan	Keterwujudan	Harga	Akses	Keefektifan & Jaminan	Kepuasan Nasabah
Kepuasan_Nasabah	0.285	0.0236	0.304	0.162	0.172	0.23	0
Loyalitas_Nasabah	0.056	0.111	-0.038	0.383	-0.015	0.052	0.02

Sumber : Data primer, diolah.

Dari analisis pengaruh langsung terlihat bahwa secara umum variabel yang memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap kepuasan nasabah adalah keterwujudan, sedangkan variabel yang memiliki pengaruh langsung yang terbesar terhadap loyalitas nasabah adalah harga. Dari analisis pengaruh tidak langsung terlihat bahwa portofolio pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung yang lebih besar terhadap kepuasan nasabah.

Analisis pengaruh total adalah penjumlahan pengaruh langsung dengan pengaruh tidak langsung. Pada pengaruh total terhadap kepuasan nasabah terlihat bahwa keterwujudan mempunyai pengaruh total yang lebih besar terhadap variabel kepuasan nasabah dibandingkan dengan variabel portofolio pelayanan, kehandalan, harga, akses dan keefektifan & jaminan. Sedangkan variabel harga memiliki pengaruh total paling besar terhadap loyalitas nasabah dibandingkan dengan variabel keterwujudan, portofolio pelayanan, kehandalan, akses dan keefektifan & jaminan.

Hasil Temuan Empiris

Dalam penelitian ini diperoleh temuan secara empirik sebagai berikut

1. Pengaruh dari dimensi - dimensi *Banking Service Quality* terhadap kepuasan pada Bank CIMB Niaga Syariah Padang

Hasil analisis mengenai dimensi *Banking Service Quality* dan loyalitas nasabah diperoleh temuan secara empirik bahwa masing – masing dimensi *Banking Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimana semakin baik masing – masing dimensi *Banking Service Quality* dari Bank CIMB Niaga Syariah Padang maka akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dimensi-dimensi *BSQ* tersebut adalah keefektifan dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio pelayanan dan kehandalan. Hal ini dapat dilihat dari pelayanan yang baik oleh para karyawan seperti satpam, *Customer Service dan Teller* yang cepat tanggap ramah dan ramah, ruang pelayanan yang sejuk serta nyaman serta waktu antrian yang sesuai standar yang ditetapkan juga menimbulkan kepuasan bagi para pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan dari Selnes, (1993) dalam artikelnya yang berjudul *An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty* yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Adapun menurut Athassopoulos, (2001), kualitas pelayanan telah dipertimbangkan sebagai topik paling penting dalam penelitian di bidang pemasaran karena dapat mempengaruhi biaya, kinerja keuangan, kepuasan pelanggan, perhatian pelanggan dan keunggulan bersaing.

Penelitian yang dilakukan oleh Hesti Budiwati, Kasno (2015) menemukan bahwa jika dimensi *BSQ* diaplikasikan maka akan berpengaruh positif dan signifikan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan. Oleh karena ini hasil dari penelitian ini mendukung hasil dari penelitian sebelumnya.

2. Pengaruh *Banking Service Quality* terhadap loyalitas nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah Padang

Hasil analisis mengenai *Banking Service Quality* dan loyalitas nasabah diperoleh temuan secara empirik bahwa *Banking Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana semakin baik *Banking Service Quality* pada Bank CIMB Niaga Syariah Padang maka akan meningkatkan loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilihat dari komitmen para nasabah untuk menggunakan beberapa layanan yang ditawarkan selama bertahun-tahun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori loyalitas nasabah dari Kotler (2012) yang menyatakan bahwa kunci untuk menghasilkan kesetiaan yang tinggi adalah menyerahkan nilai pelanggan yang tinggi. Nilai pelanggan yang tinggi dapat diperoleh dengan memberikan kualitas pelayanan yang maksimal. Penelitian yang dilakukan oleh Hesti Budiwati, Kasno, (2015) dengan judul “Implementasi Dimensi *Banking Service Quality* Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank” menunjukkan bahwa dimensi *BSQ* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

3. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah Padang

Hasil analisis mengenai kepuasan dan loyalitas nasabah diperoleh temuan secara empirik bahwa kepuasan telah memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin baik kepuasan nasabah yang terbentuk pada Bank CIMB Niaga Syariah Padang maka akan meningkatkan loyalitas nasabah. Tanggapan nasabah yang tinggi untuk melakukan transaksi di Bank CIMB Niaga Syariah Padang untuk kebutuhan kerja dan sehari-hari ataupun merekomendasikan Bank CIMB Niaga Syariah kepada mitra kerja tidak terlepas dari kepuasan yang diperoleh para nasabah sehingga mempercayakan kebutuhan transaksi sehari-hari menggunakan layanan dari Bank CIMB Niaga Syariah Padang serta merekomendasikannya ke mitra atau kerabat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat dari Fornel (1992) dalam Andreassen (1994) yang menyatakan bahwa pelanggan / nasabah yang puas akan dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya atau dengan kata lain pelanggan yang puas akan cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Hasil penelitian dari Hesti Budiwati, Kasno, (2015) dengan judul “Implementasi Dimensi *Banking Service Quality* Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank” menemukan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah sehingga hasil dari penelitian ini tidak mendukung hasil dari penelitian sebelumnya

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa statistik dan pembahasan dapat diperoleh beberapa kesimpulan bahwa Variabel keefektifan, jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio pelayanan, kehandalan, dan kepuasan nasabah memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan diterimanya semua hipotesis yang tersusun dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *BSQ* yang terdiri dari variabel keefektifan dan jaminan, akses, harga, keterwujudan, portofolio pelayanan, dan kehandalan merupakan variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti perlu memberikan saran terkait dengan penelitian ini, diantaranya:

1. Keterwujudan, Untuk meningkatkan kualitas keterwujudan adalah dengan cara meningkatkan kebersihan dari fasilitas. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mensub- kontrakkan jasa kebersihan ini kepada lembaga lain. Cara lain juga dapat dilakukan dengan mendekorasi tempat fasilitas pelayanan. Keakuratan laporan rekening juga akan meningkatkan faktor keterwujudan. Untuk meningkatkan laporan yang tepat dipengaruhi oleh sistem teknologi yang digunakan dan faktor keterampilan karyawan. Lingkungan yang menyenangkan dapat dilakukan dengan perancangan fasilitas pelayanan yang lebih manusiawi.
2. Portofolio Pelayanan, Untuk meningkatkan portofolio pelayanan dapat dilakukan dengan jangkauan pelayanan yang lebih luas dan dengan memberikan pelayanan yang lengkap. Juga diharapkan peningkatan pelayanan yang lengkap tidak saja dalam jasa perbankan semata tetapi dapat juga dikembangkan dengan jasa-jasa lainnya seperti pembayaran uang sekolah, pajak dan lain-lain
3. Kehandalan, Untuk meningkatkan kehandalan layanan jasa perbankan dengan menekankan dengan system pengarsipan yang baik. Hal ini dapat dilakukan dengan penerapan sistem informasi yang handal yang dapat digunakan secara bersama dari seluruh kantor cabang dan dapat diakses oleh semua nasabah. Dapat dilakukan juga dengan meminimalkan kesalahan dalam penyampaian jasa dengan meningkatkan kualitas pengetahuan dan kehandalan karyawan serta peningkatan kualitas teknologi yang digunakan.
4. Keefektifan Dan Jaminan, dapat dilakukan dengan cara meningkatkan komunikasi yang berkualitas, kerahasiaan, rasa aman, personel yang terlatih, pengetahuan tentang nasabah, kecepatan pelayanan serta menepati janji

5. Harga, untuk memberi pengaruh yang baik dalam kebijakan harga ini dapat dilakukan dengan cara, selalu memberi informasi kepada nasabah, kesesuaian biaya dengan pelayanan dan komunikasi efektif dengan nasabah setiap saat

DAFTAR PUSTAKA

- Andreassen, Tor Wallin (1994), "Satisfaction, Loyalty and Reputation as Indicators of Customer Orientation in the Public Sector," *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 7 No. 2, p. 16 – 34.
- Amelia, D., Murni, I., Putri, A., Badri, J., & Johan, H. (2019). A Study of Clothing Industry Competitiveness with Porter's Five Force Approach in Kabupaten Agam Central Industry (A Preliminary Study of Ampek Angkek, Banuhampu, Sungai Puar). *KnE Social Sciences*, 169-185.
- Athanassopoulos, Antreas, Spiros Guonaris dan Vlassis. Stathakopoulos (2001), "Behavioural Responses to Customer Satisfaction: an Empirical Study," *European Journal of Marketing*, Vol 35 No. 5/6, p. 687 – 707.
- Bahia, Kamilia dan Jacques Nantel (2000), "A Reliable and Valid Measurement Scale for the Perceived Service Quality of Banks," *International Journal of Bank Marketing*, 18/2, p.84 – 91.
- DeKimpe, M.G., J. Steenkamp, B.E.M. Mellens dan P. Vanden Abeele (1998), "Decline and Variability in Brand Loyalty," *International Journal of Research in marketing*, Vol. 14,p. 405 – 420.
- Engel, J.F., R.D. Blackwell dan P.W. Miniard (1990), *Perilaku Konsumen*, Jilid II, Jakarta : Binarupa Aksara.
- Gremler, D.D. dan S.W. Brown (1996), "Service Loyalty: Its Nature, Impotance and Implication," in Edvardsson, B., Brown B. dan E. Scheuing (Eds.), *QUIS V: Advancing Service Quality : A Global Perspective*, ISQA, New york, NY. , p. 171 – 181.
- Hair JF, Anderson RE, Tatham RL, Black WC. (1998), *Multivariate Data Analysis*, New Jersey:Prentice - Hall.
- Hayati, R., Izmuddin, I., & Putri, A. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Budaya Terhadap Prilaku Konsumen Muslim Dalam Membeli Makanan Kafe. *ekonomika syariah: Journal Of Economic Studies*, 3(1), 72-84.
- Heliyani, H., & Julianto, H. H. (2019). Analisis Keputusan Investasi Saham Berdasarkan Penilaian Harga Saham Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 128-144.
- Hesti Budiwati, Kasno, (2015), "Implementasi Dimensi Banking Service Quality Dan
- Imam Ghozali (2001), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Journal of Marketing Research*, Vol. 25, p. 204 – 212.
- Kotler, Philip.,Keller, Kevin Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran*, jilid I, edisi ketiga belas, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lewis, B.R. (1993), "Service Quality: Recent Development in Financial Services," *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 11 No. 6, p. 19 – 25.
- Macintosh, G. dan L.S. Lockshin (1998), "Retail Relationships and Store Loyalty: a Multilevel Perspective," *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 1 4. , p. 487 – 498.
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1991), *Metode Penelitian Survey*, Edisi Revisi, Jakarta,LP3ES.
- Merianti, L., Amelia, D., Srywayuni, A., & Yuliane, S. A. (2019, August). Stories Of Mothers With Intellectual Disability Children In West Sumatera, Indonesia. In *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Health* (No. 4, pp. 343-351.
- Naim, M. A., Rimawan, E., & Mahmud, A. P. (2019). Relayout Production Facility of PC. Spun Pile Using Systematic Layout Planning in ABC Factory.

- Nur, D., Putra, M. I., Satria, R., Jomi, H., & Putri, A. (2019). The Effect Of Work Ethics And Discipline On Performance That Is Intervening By The Commitments Of State Civil Organizations (A Case Study Of Educational Laboratory Staff At Padang State Polytechnic). *International Journal Of Management Excellence (ISSN: 2292-1648)*, 12(2), 1805-1813.
- Putri, A. A., Ismoyowati, D., & Pamungkas, A. P. (2019, November). Dynamic Modeling Of Marketing Channels To Control The Inventory Of Black Rice In Yogyakarta Indonesia. In *IOP Conference Series: Earth And Environmental Science* (Vol. 355, No. 1, P. 012054). IOP Publishing
- Sekaran, Uma (1992), *Research Methods For Business: Skill - Building Approach*; 2nd Editon, John Wiley & Sons, Inc.
- Selnes, Fred (1993), "An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty," *European Journal of Marketing*, Vol 27 No. 9, p.19 – 35.
- Suryanto, D. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Wali Nagari Koto Tinggi Kecamatan Baso Kabupaten Agam. *JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi)*, 3(02), 102-114.
- Suryanto, D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BCA Finance Cabang Bukit Tinggi. *COSTING: Journal Of Economic, Business And Accounting*, 2(2), 236-247.
- Suryanto, D. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Kemampuan Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan Dan Asset Daerah Kabupaten Lima Puluh Kota. *JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi)*, 4(02), 71-81.
- Tse, DK. dan P.C. Wilson (1988), "Models of Consumer Satisfaction Formation : an Extension,"
- Yavas, U. dan D.J. Shemwell (1996), "Bank Image : Exposition and Illustration of Correspondence Analysis," *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 14 No. 1, p.15 – 21.
- Zeithaml, Valari A. dan Mary Jo Bitner (1996), *Service Marketing*, New York, MC. Graw - Hillco.