

Pengaruh Kualitas Komunikasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasyim Mochtar

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar (STIEM) Bongaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas komunikasi terhadap loyalitas nasabah, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri Taspen Makassar. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara penelitian pustaka dan penelitian lapang pada PT. Bank Mandiri Taspen Makassar. Pada penelitian ini penulis melakukan pembagian kuesioner tentang bagaimana pengaruh kualitas komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Pengambilan sampel menggunakan metode sampel aksidental. Sampel penelitian ini sebanyak 98 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, begitupun dengan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan untuk hasil uji simultan menunjukkan bahwa kualitas komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri Taspen Makassar.

Kata Kunci: Kualitas Komunikasi, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah.

Abstract

The Influence of Communication Quality and Service Quality on Customer Loyalty. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of communication quality on customer loyalty, the effect of service quality on customer loyalty at PT. Bank Mandiri Taspen Makassar. The approach used in this research is a quantitative approach. The data analysis technique used in this research is descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis. Data collection techniques in this study by means of library research and field research at PT. Bank Mandiri Taspen Makassar. In this study, the authors distributed questionnaires about how the influence of communication quality and service quality on customer loyalty. Sampling using accidental sampling method. The sample of this research is 98 respondents. The results of this study indicate that partially the quality of communication has a positive and significant effect on customer loyalty, as well as service quality partially has a positive and significant effect on customer loyalty and the simultaneous test results show that the quality of communication and service quality has a positive and significant effect on customer loyalty in PT. Bank Mandiri Taspen Makassar.

Keywords: Communication Quality, Service Quality, Customer Loyalty

Copyright (c) 2022 Hasyim Mochtar

✉ Corresponding author :

Email Address : hasyimmohtar@yahoo.com

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, banyak berdiri lembaga atau perusahaan yang menjalankan bisnis pada sektor jasa yang salah satunya adalah jasa perbankan dimana usaha menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan kemudian menyalurkannya dalam bentuk pinjaman dan memberikan jasa-jasa bank lainnya. Dengan tingkat persaingan yang ketat saat ini maka diperlukan strategi dan upaya yang konkrit untuk memenangkan persaingan.

Pada industri perbankan, mempertahankan kesetiaan nasabah atau biasa dikenal dengan istilah loyalitas nasabah merupakan bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam menerapkan strategi dan upaya yang dilakukannya dalam menciptakan pelayanan prima pada setiap nasabah. Loyalitas nasabah merupakan keadaan yang diharapkan oleh setiap perusahaan, terutama perusahaan jasa seperti perbankan. Tingginya loyalitas nasabah, dapat mengindikasikan keberhasilan sebuah perusahaan. Menurut Porral & Lang (2015) pelanggan yang loyal terhadap sebuah produk, akan berniat untuk membeli ulang produk tersebut di kemudian hari. Secara tidak langsung, loyalitas pelanggan dapat meningkatkan daya saing dari sebuah perusahaan.

Hal yang mendukung terciptanya loyalitas nasabah adalah kualitas komunikasi antara pegawai dengan nasabah. Dengan karakteristik nasabah yang berbeda-beda maka diperlukan kualitas komunikasi yang baik agar informasi yang akan disampaikan dapat diterima dan dimengerti dengan baik. Jadi komunikasi dalam pengertian pragmatis bersifat intensional, mengandung tujuan tertentu yang diawali suatu perencanaan entah komunikasi itu dengan maksud untuk memberi tahu, mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain (Bahri Djamarah 2014:4).

Selain kualitas komunikasi, kualitas pelayanan juga merupakan hal yang paling penting untuk menjaga loyalitas nasabah. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan difokuskan dalam pengukuran keandalan, jaminan dan kepastian, wujud, empati, dan ketanggapan yang dimiliki oleh pegawai-pegawai bank tersebut dalam hal penyampaian jasa yang baik. Sehingga pada bagian ini, kelima dimensi tersebut secara khusus akan diukur terhadap kepuasan dari nasabah sehingga menghasilkan loyalitas. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Untuk mendapatkan nasabah yang loyal maka diperlukan banyak faktor pendukung yang mempengaruhinya. Dalam rangka melakukan penyesuaian terhadap keinginan nasabah yang rentan terhadap perubahan, suatu survey di butuhkan untuk mengetahui atribut apa saja yang dapat membuat nasabah memiliki tingkat loyalitas tinggi yang efeknya akan sangat berdampak pada bank yang dapat bertahan dalam persaingan jangka panjang. Semakin banyaknya jumlah bank yang menawarkan berbagai macam fasilitas menyebabkan terjadinya persaingan yang kompetitif antar bank. Kondisi ini memicu Bank Mandiri Taspen berupaya untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya dengan berbagai upaya dan strategi. Memiliki nasabah yang loyal adalah suatu tujuan akhir dari perusahaan.

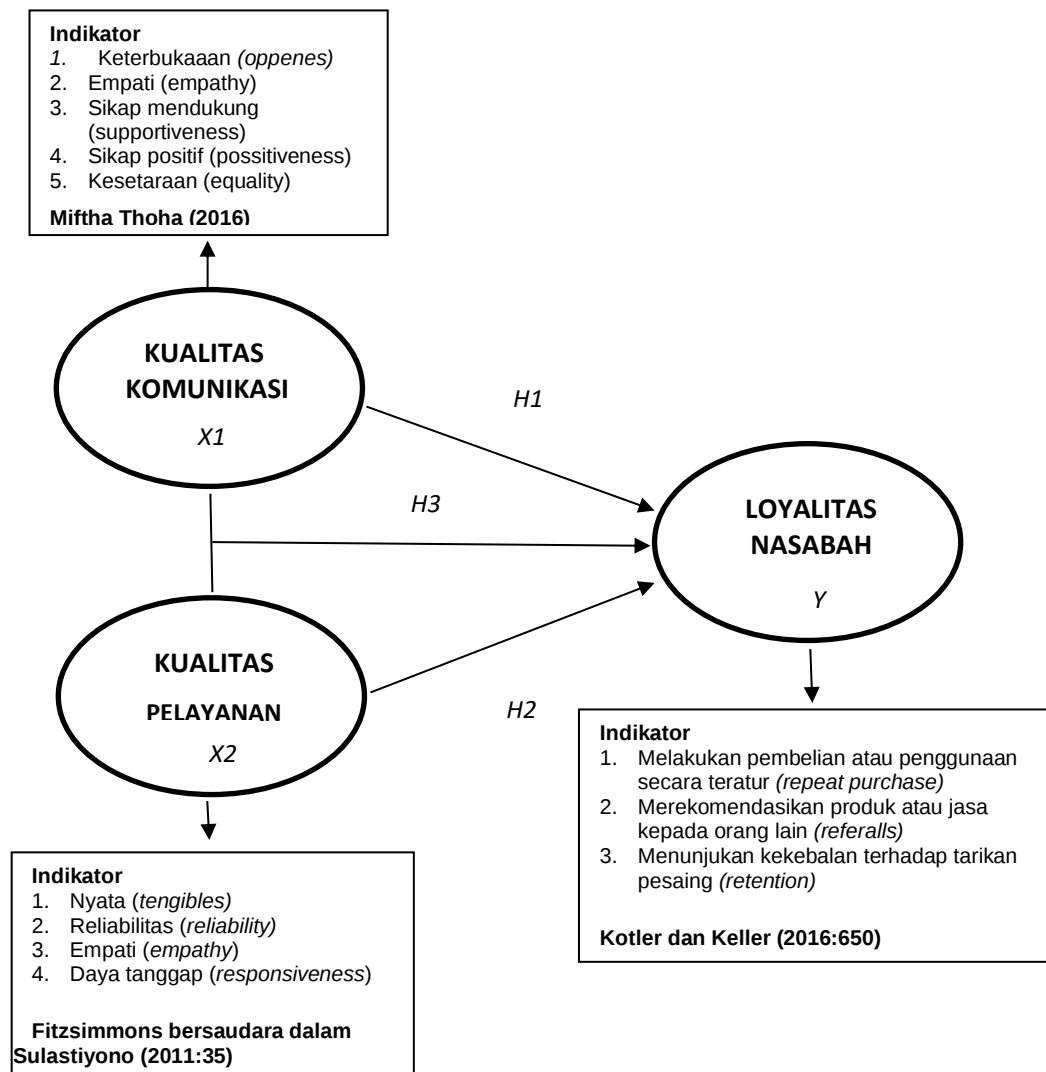
Berdasarkan uraian tersebut diatas maka berikut diuraikan rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kualitas komunikasi berpengaruh pada loyalitas nasabah

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas nasabah
3. Apakah kualitas komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas nasabah

Agar supaya penelitian ini lebih terarah maka berikut akan kami gambarkan kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Gambar kerangka konseptual



H1 : Kualitas komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

H3 : Kualitas komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

METODOLOGI

Pada bagian ini kami akan berusaha memberikan beberapa point yang berkenaan dengan metodologi penelitian ini yaitu :

A. Pendekatan Penelitian

(Sugiyono, 2017) mengatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk mengajukan hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Populasi & Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah dari PT. Bank Mandiri Taspen Makassar dengan jumlah 4.050 nasabah sementara sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 98 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskriptif Statistik

Uji validitas diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1. Uji Validitas

No.	Indikator	r hitung	Signifikan	Keterangan
1	Kualitas Komunikasi			
	Indikator 1	0.749	0.000	Valid
	Indikator 2	0.789	0.000	Valid
	Indikator 3	0.817	0.000	Valid
	Indikator 4	0.850	0.000	Valid
	Indikator 5	0.876	0.000	Valid
	Indikator 6	0.801	0.000	Valid
2	Kualitas Pelayanan			
	Indikator 1	0.774	0.000	Valid
	Indikator 2	0.763	0.000	Valid
	Indikator 3	0.837	0.000	Valid
	Indikator 4	0.800	0.000	Valid
	Indikator 5	0.780	0.000	Valid
	Indikator 6	0.792	0.000	Valid
3	Loyalitas Nasabah			
	Indikator 1	0.727	0.000	Valid
	Indikator 2	0.823	0.000	Valid
	Indikator 3	0.850	0.000	Valid
	Indikator 4	0.772	0.000	Valid
	Indikator 5	0.797	0.000	Valid
	Indikator 6	0.814	0.000	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS 21

Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil semua nilai r -hitung lebih besar dari 0,5 yang menandakan bahwa hasil uji ini dikatakan valid.

Untuk uji reliabilitas maka diperoleh hasil perhitungan olah data sebagai berikut yaitu :

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Komunikasi (X1)	0.927	Reliabel
Kualitas Komunikasi (X2)	0.913	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0.918	Reliabel

Sumber : Hasil olah data SPSS 21

Berdasarkan tabel 5 uji reliabilitas memperlihatkan bahwa nilai yang diperoleh diatas daripada nilai 0,7 yang menandakan bahwa semua nilai tersebut reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur.

2. Analisis Data Penelitian

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif, digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptif atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sudaryono, 2018:348). Analisis statistik deskriptif yang digunakan adalah analisis deskriptif (minimum, maksimum, mean dan standar deviasi). Adapun hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	98	1,00	5,00	4,3571	,81544
X1.2	98	1,00	5,00	4,3980	,76979
X1.3	98	1,00	5,00	4,4082	,81020
X1.4	98	1,00	5,00	4,3776	,87950
X1.5	98	1,00	5,00	4,3367	,94098
X1.6	98	1,00	5,00	4,4490	,80106
Kualitas Komunikasi (X1)	98	1,17	5,00	4,3876	,68187
X2.1	98	1,00	5,00	4,3571	,78975
X2.2	98	1,00	5,00	4,4898	,82793
X2.3	98	1,00	5,00	4,4490	,74781
X2.4	98	2,00	5,00	4,2959	,74901
X2.5	98	1,00	5,00	4,3878	,72699
X2.6	98	1,00	5,00	4,4694	,69169
Kualitas Pelayanan (X2)	98	1,17	5,00	4,4081	,59667
Y.1	98	1,00	5,00	4,3061	,73790
Y.2	98	1,00	5,00	4,4490	,70524
Y.3	98	1,00	5,00	4,3367	,79876
Y.4	98	2,00	5,00	4,3469	,74753

Y.5	98	1,00	5,00	4,3469	,71942
Y.6	98	1,00	5,00	4,4796	,74929
Loyalitas Nasabah (Y)	98	1,17	5,00	4,3772	,59275
Valid N (listwise)	98				

Sumber : Hasil olah data SPSS 21

Dari hasil tabel tersebut diatas menunjukkan bentuk statistik deskriptif dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang berbentuk skala interval. Untuk variabel dependen meliputi loyalitas nasabah yang menunjukkan nilai rata - rata sebesar 4,37>0,59 std, sedangkan untuk variabel independen meliputi kualitas komunikasi menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,38>0,68 std dan kualitas pelayanan menunjukkan rata-rata 4,40>0,59 std, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat membuktikan bahwa asumsi yang ada dapat terpenuhi atau data tersebut berdistribusi dengan baik yang dimana nilai rerata (*mean*) lebih besar dari nilai std. deviasi

b. Analisis Statistik Inferensial

Dengan dibantu dengan program SPSS versi 21 dalam proses penghitungan regresi linier berganda antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diperoleh hasil pengujian pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Persamaan Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,768	,429		4,121	,000
Kualitas komunikasi	,297	,082	,341	3,608	,000
Kualitas pelayanan	,297	,094	,299	3,156	,002

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber : Hasil olah data SPSS 21

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh hasil persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + B1X1 + B2X2 + e$$

$$Y = 1,768 + 0,297 (X1) + 0,297 (X2) + e$$

Dari persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 1,768 (b0) adalah tanpa adanya nilai variabel lain maka nilai loyalitas adalah sebesar $Y = 1,768$
2. Koefisien X1 (b1 = 0,297) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Komunikasi (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Jika ditingkatkan sebesar satu satuan maka kualitas komunikasi akan bertambah

sebesar 0,297 dan arah koefisien bertanda positif menunjukkan bahwa kualitas komunikasi searah dengan loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas komunikasi ditingkatkan maka akan berdampak positif terhadap meningkatnya loyalitas nasabah.

3. Koefisien X_2 ($b_2 = 0,297$) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Jika ditingkatkan sebesar satu satuan maka kualitas pelayanan akan bertambah sebesar 0,297 dan arah koefisien bertanda positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan searah dengan loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan berdampak positif terhadap meningkatnya loyalitas nasabah.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Partial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 5. Uji Partial (Uji-t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,768	,429		4,121	,000
Kualitas komunikasi	,297	,082	,341	3,608	,000
Kualitas pelayanan	,297	,094	,299	3,156	,002

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Hasil olah data SPSS 21

Dari hasil uji t diatas menunjukkan bahwa :

1. Hasil analisis variabel Kualitas Komunikasi menunjukkan bahwa, tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai T hitung sebesar $3,608 > t\text{-tabel } 1,660$ Artinya Kualitas Komunikasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, sehingga hipotesis pertama yang berbunyi Kualitas Komunikasi berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah diterima.
2. Hasil analisis variabel kualitas pelayanan menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Nilai t-hitung $3,156 > t\text{-tabel } 1,660$ artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sehingga hipotesis kedua yang berbunyi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah diterima.

b. Uji Simultan (Uji-f)

Uji f digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel independent terhadap variabel dependent. Adapun

kriterianya adalah jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	9,809	2	4,904	19,196	,000
Residual	24,273	95	,256		
Total	34,082	97			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Komunikasi , Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil olah data SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F-hitung $19,196 > F\text{-tabel } 3,09$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi adalah uji untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel independent. Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,536 ^a	,288	,273	,50547	,288	19,196	2	95	,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Pada tabel diatas untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Pada penelitian ini diperoleh hasil nilai R^2 sebesar 0,288 atau 28,8%, artinya variabel independen yaitu Kualitas Komunikasi dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh 28,8% terhadap Loyalitas Nasabah, sehingga R^2 bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

4. Interpretasi Hasil Penelitian

a. Pengaruh Kualitas Komunikasi Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis variabel kualitas komunikasi menunjukkan bahwa, tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai T hitung sebesar $3,608 > t\text{-tabel } 1,660$ kualitas komunikasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sedangkan hasil dari persamaan regresi linear berganda menunjukkan kualitas komunikasi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $0,297$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan bunyi dari Menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (Mulyana, 2013:68) , “Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan symbol-simbol, kata-kata, gambar, grafik, dan sebagainya. Komunikasi yang baik dapat menciptakan hubungan jangka panjang antara nasabah dengan bank. sehingga dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Nilai t-hitung $3,156 > t\text{-tabel } 1,660$. Hal ini berarti hubungan antara variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sedangkan hasil dari persamaan regresi linear berganda menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $0,297$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, karena kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatannya untuk mengimbangi harapan para nasabah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan bunyi menurut (Yogiarto, 2015:32) Kualitas pelayanan adalah suatu modal yang dapat menggambarkan kondisi pelanggan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima dalam mengevaluasi kualitas. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu factor penting dalam usaha menciptakan loyalitas nasabah. Oleh karena itu suatu kualitas pelayanan dapat dikatakan bermutu adalah yang akan membuat nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga secara langsung dapat membuat nasabah menjadi loyal dan akan tetap setia terhadap bank tersebut.

c. Pengaruh Kualitas Komunikasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas nasabah

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa nilai F-Hitung $19,196 > 3,09$ F-Tabel sehingga H_0 di tolak dan H_a di terima dengan signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat di artikan bahwa secara bersama sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Syang mengatakan bahwa kualitas komunikasi dan dan kualitas pelayanan sangat berperan penting dan memiliki hubungan yang sangat erat terhadap loyalitas nasabah dimana jika kualitas komunikasi itu baik dan kualitas pelayanan juga baik maka loyalitas nasabah akan

ikut lebih baik, dimana hasil yang ditemukan kualitas komunikasi dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa : Dalam analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan yaitu: yang di mana variabel kualitas komunikasi (X1) memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah (Y) dan variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah (Y), Berdasarkan dari hasil uji ANOVA atau uji f dapat disimpulkan bahwa nilai F-Hitung $19,196 > 3,09$ F-tabel sehingga H_0 di tolak dan H_a di terima dengan signifikan $0,000 < 0,05$, mak adapat di artikan bahwa secara bersama sama terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Komunikasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah. Hasil uji t Kualitas komunikasi (X1) t-hitung sebesar 2,311 sehingga t-hitung $>$ t-tabel ($3,608 > 1,660$) yang secara statistik variabel X1 (kualitas komunikasi) mempengaruhi variabel Y (loyalitas nasabah) Kualitas pelayanan (X2) t-hitung sebesar 3,156, sehingga t hitung $>$ t tabel ($3,156 > 1,660$) yang secara statistic variabel X_2 (kualitas pelayanan) mempengaruhi variabel Y (loyalitas nasabah).

Referensi :

- Ariani, D. Wahyu. 2009. Manajemen Operasi Jasa. Cetakan Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2014. Pola Asuh Orang Tua dan Komunikasi dalam Keluarga: Upaya Membangun Citra Membentuk Pribadi Anak. Jakarta: Rineka Cipta.
- Devito, Joseph A. 2011. Komunikasi Antar manusia. Tangerang Selatan: KARISMA
- Fitzsimmons, James A and Mona J. Fitzsimmons. 2011. *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology* 7th edition. The McGrawHill International Edition.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IBM SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. 2010. Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P dan Kevin, L (2016). *Marketing Managemen*, 15th ed, Pearson Education, Inc.
- Miftah Thoha. 2016. Prilaku Organisasi Konsep Dasar dan Implikasinya. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Mulyana, Deddy. 2013. Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Porral, C. C., & Lang, M. F. (2015). *Private labels, The role of manufacturer identification, brand loyalty and image on purchase intention. British Food Journal*, 117/2, 506–522. doi: 10.1108/BFJ-06-2014-0216.
- Sudaryono. 2014. Budaya dan Perilaku Organisasi. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Singarimbun, M. 2006. Metode penelitian Survei. Jakarta. LP3ES
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kombinasi. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Tafsir Muhammad, Nurjannah H Husain, Syamsul Ridjal, Hasyim Mukhtar (2021). Komunikasi Dan Lingkungan Kerja: Sebuah Studi Tentang Semangat Kerja Karyawan. YUME : Journal of Management Volume 4 Issue 2.
- M Tafsir, R Shaari, H Muchtar, F Firmansya (2018). The Effects of Product Quality and Interpersonal Communication on Customer Loyalty - International Journal on Advanced Science, Education Volume 1 No.1
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2012. Pemasaran Strategik Edisi 2. Andi. Yogyakarta.

- Yogiarto, Atanasius Hardian Permana. 2015. Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jada Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan). Skripsi. Yogyakarta Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Zulfitri. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mega Syariah Cabang di Jakarta. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial Jilid 1, Nomor 2.