

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN  
SIMPEDA BANK DKI CABANG UTAMA JUANDA**

**Muchammad Purwantoro**  
Universitas Mercu Buana  
muhammadpurwantoro13@gmail.com

**Abstrak.** Pandemi Covid-19 telah mencapai babak baru dengan dimulainya program vaksinasi di berbagai negara. Kemajuan tersebut mendorong pemulihan ekonomi dunia. Perekonomian Indonesia menunjukkan perbaikan dengan kontraksi yang semakin menipis pada triwulan I tahun 2021. Sebagai BUMD Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Bank DKI harus lebih kuat menghadapi persaingan bank lainnya. Maka, Bank DKI harus berupaya sebaik mungkin untuk dapat meningkatkan loyalitas nasabah melalui antara lain kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan nasabah sebagai faktor yang dianggap berpengaruh. Penelitian ini meneliti tentang faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank DKI Cabang Utama Juanda dengan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan. Objek penelitian ini adalah nasabah Bank DKI Cabang Utama Juanda. Penelitian ini dilakukan terhadap 126 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Oleh karena itu hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank DKI Cabang Utama Juanda.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Loyalitas Nasabah

***Abstract.** The Covid-19 pandemic has reached a new chapter with the start of vaccination programs in various countries. Such progress is driving the recovery of the world economy. The Indonesian economy showed an improvement with a thinning contraction in the first quarter of 2021. As a BUMD of the DKI Jakarta Provincial Government, Bank DKI must be stronger in the face of competition from other banks. Therefore, Bank DKI must do its best to be able to increase customer loyalty through, among others, service quality, product quality and customer trust as factors that are considered influential. This study examines the factors that influence customer loyalty Bank DKI Juanda Main Branch with the variables service quality, Product quality and Trust. The object of this research is customer Bank DKI Main Branch. This study was conducted on 126 respondents using a quantitative descriptive approach. The approach used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with a Smart-PLS analysis tool. The results of this study show that the variables of service quality have a positive significant effect on customer loyalty, product quality have a positive significant effect on customer loyalty and trust have a positive significant effect on customer loyalty Bank DKI Main Branch.*

**Keywords:** Service Quality, Product Quality, Trust, Customer Loyalty

## **PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Masalah.** Pandemi Covid-19 telah mencapai babak baru dengan dimulainya program vaksinasi di berbagai negara. Kemajuan tersebut mendorong pemulihan ekonomi dunia meskipun kecepatannya bervariasi antar negara. Kondisi ini kemudian mendorong

peningkatan harga komoditas internasional serta pulihnya perdagangan dunia. Perekonomian Indonesia menunjukkan perbaikan dengan kontraksi yang semakin menipis pada triwulan I tahun 2021 sebesar 0,74 persen (YoY). Perbaikan terjadi di seluruh sektor dengan kontraksi yang mengecil dan pertumbuhan positif pada enam sektor lainnya. Pemulihan ekonomi didorong oleh kinerja sektor eksternal yang meningkat tinggi dan berlanjutnya stimulus fiskal. Kecepatan pemulihan sektor transportasi dan perdagangan tergolong paling lambat sejalan dengan pembatasan mobilitas yang masih berlaku (Bappenas, 2021).

Bank DKI hadir sejak tahun 1961 dengan nama Bank Pembangunan Daerah Jakarta Raya, Bank DKI kini bertransformasi menjadi bank daerah modern dan semakin berkembang di DKI Jakarta. Sebagai BUMD Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, nama Bank DKI tidak hanya populer di skala regional. Tapi berbagai pemberitaan Bank DKI selalu diulas media-media nasional, membuat namanya semakin populer di Indonesia (Rosyadi, 2021). Oleh karena itu penelitian dilakukan terhadap loyalitas nasabah Bank DKI yang difokuskan kepada Bank DKI Cabang Utama Juanda, berikut adalah data jumlah nasabah dan debitur Bank DKI periode 2016-2021:

**Tabel 1.** Jumlah Nasabah dan Debitur Bank DKI Periode 2016 – 2021

Tahun	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Jumlah Nasabah	2,204,628	2,379,793	2,653,633	2,811,374	3,725,036	4,560,724
Pertumbuhan		8%	12%	6%	32%	22%

Sumber: Laporan Keberlanjutan PT Bank DKI, 2022

Keberhasilan suatu bank bisa dilihat dari jumlah nasabah yang dimiliki. Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah di Bank DKI mengalami fluktuasi. Pada tahun 2016 hingga ke tahun 2018 terjadi kenaikan pertumbuhan jumlah nasabah masing-masing 8% dan 12%. Pada tahun 2019 terjadi penurunan pertumbuhan jumlah nasabah dengan jumlah pertumbuhan 6% dikarenakan, sebagian nasabah telah melakukan pelunasan kredit dan penutupan rekening. Pada tahun 2020 terjadi peningkatan pertumbuhan yang sangat baik sebesar 32%. Namun di tahun 2021 terjadinya penurunan kembali yang signifikan menjadi 22%. Hal ini menunjukkan semakin besarnya kepercayaan nasabah untuk menyimpan dana di Bank DKI namun tidak bisa dipungkiri bahwa adanya penurunan presentase bisa diakibatkan oleh menurunnya loyalitas nasabah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dapat ditemukan dari beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian terhadap loyalitas yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Adji et al, 2019; Kartikasari 2020 dan Dewi et al, 2021), dipengaruhi oleh kualitas produk (Sari et al, 2021; WigunaMaha dan NyomanKerti, 2021) dan dipengaruhi oleh kepercayaan nasabah (Utama dan Murti, 2021; Yunita dan Yanthy, 2021).

Maka untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas nasabah Tabungan Simpeda Bank DKI, maka penulis melakukan pra survei dengan cara membagikan kuesioner kepada nasabah Tabungan Simpeda Bank DKI sebanyak 35 orang. Hasil pra survei yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 2.** Hasil Pra Survei

No	Variabel	Ya	Tidak
1	<b>Kepuasan Nasabah</b>	20	15
	Saya puas dengan manfaat yang didapatkan dari Bank DKI		
2	<b>Fasilitas</b>	25	10
	Bank DKI memiliki fasilitas yang lengkap seperti ATM di cabangnya		
	<b>Kualitas Layanan</b>		

3	Karyawan Bank DKI melayani dengan cepat dan sopan	13	22
4	<b>Kualitas Produk</b>	16	19
	Bank DKI memiliki produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah		
5	<b>Kepercayaan Nasabah</b>	15	20
	Bank DKI memenuhi kewajibannya dan dapat dipercaya		
6	<b>Nilai Nasabah</b>	19	16
	Karyawan Bank DKI memberikan kesan yang baik		
7	<b>Kualitas Hubungan</b>	23	12
	Karyawan Bank DKI selalu memberikan informasi yang akurat		

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Dapat dilihat pada Tabel 2, jika faktor yang berkemungkinan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah di antaranya kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan nasabah. Oleh karena itu, menarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah Tabungan Simpeda Bank DKI. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk menyusun Tugas Akhir yang dituangkan dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Simpeda : Bank DKI Cabang Utama Juanda.

**Rumusan Masalah.** Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat dipaparkan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda?

**Tujuan Penelitian.** Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda.
2. Untuk menganalisis kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda.
3. Untuk menganalisis kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda.

**Kontribusi Penelitian.** Adapun kontribusi yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kontribusi Praktis. Dengan meneliti faktor-faktor di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan perbankan pada umumnya dan Bank DKI sebagai bank yang diteliti pada khususnya, yaitu agar dapat membuat strategi pemasaran atau pendekatan yang efektif dalam agar dapat meningkatkan loyalitas nasabah Bank DKI Cabang Utama Juanda.
2. Kontribusi Akademik.
  - a. Bagi peneliti, Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai objek yang diteliti dan juga sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Mercu Buana. Sekaligus menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan

- kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank DKI Cabang Utama Juanda.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, Penelitian ini diharapkan berkontribusi sebagai pendalaman dan bahan kajian untuk mengetahui mengenai pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank DKI, serta dapat dipakai sebagai bahan referensi bagi penelitian-penelitian sejenis bagi rekan mahasiswa dimasa mendatang.

## KAJIAN TEORI

**Pengertian Manajemen Pemasaran.** Pemasaran tidak hanya berupa aktivitas penjualan saja, akan tetapi pemasaran berisi aktivitas- aktivitas yang dapat memberikan nilai-nilai (value) yang menguntungkan kepada konsumen dengan cara mengidentifikasi berbagai harapan-harapan dan keinginan konsumen yang bertujuan tidak lain untuk menciptakan kepuasan kepada konsumen.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. menurut (Kotler dan Amstrong dalam Novitasari, 2020) mendefinisikan pemasaran yaitu Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationship in order to capture value from customers in return yang artinya pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

**Loyalitas Nasabah.** Menurut Kotler dalam Utama dan Murti (2021), loyalitas nasabah merupakan suatu pembelian berulang yang didasari oleh komitmen pada suatu merek. Terkait dengan nasabah bank, loyalitas berartisuatu kondisi di mana nasabah mempunyai sikap positif terhadap suatu bank, mempunyai komitmen pada bank tersebut, dan berniat untuk meneruskan kerjasama yang terjalin untuk waktu mendatang. Loyalitas dapat diukur berdasarkan: Urutan pilihan (choice sequence), Proporsi pembelian (proportion of purchase), Preferensi (preference), Komitmen (commitment).

Dimensi dan Indikator Loyalitas Nasabah Pada penelitian ini, dimensi dan indikator loyalitas konsumendiadaptasi dari Lupiyoadi dan Hamdani dalam Adji et al. (2019)

**Kualitas Pelayanan.** Menurut Tjiptono dalam Qotrunnida, et al (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan mempertahankan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhikeinginan pelanggan.

Dimensi dan indikator kualitas pelayanan diadaptasi dari Lupiyoadi dalam Adji, et al (2019).

**Pengertian Kualitas Produk.** Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Pelanggan membeli produk untuk menyelesaikan masalah dan pelanggan memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan pelanggan berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, diharapkan perusahaan meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan tersebut (Hidayat dalam Sulisty, 2020).

Menurut (Kotler dan Armstrong dalam Novitasari, 2020), mendefinisikan kualitas produk sebagai berikut “The characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs”. Menurut pendapat ini kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan

kebutuhan pelanggan.

Dimensi dan indikator kualitas produk diadaptasi dari Lupiyoadi dalam Adji, et al (2019).

**Kepercayaan.** Kepercayaan konsumen menurut Mowen dalam Dewi dan Yosepha (2020) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Menurut McKnight, Choudhury dan Kacmar dalam Utama dan Murti (2021) berpendapat bahwa kepercayaan nasabah adalah membangun multifaset yang menangkap kompetensi dan karakter dari kepercayaan nasabah.

Dimensi kepercayaan nasabah diadaptasi dari Lupiyoadi dalam Adji, et al (2019)

### Pengembangan Hipotesis

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.** Penelitian yang dilakukan oleh Adji, et al (2019) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dan didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, et al (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan pernyataan diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

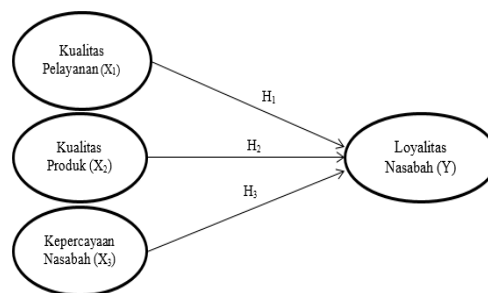
H1: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah.** Penelitian yang dilakukan oleh Adji, et al (2019) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dan didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari, et al (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan pernyataan diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H2: Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

**Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.** Penelitian yang dilakukan oleh Adji, et al (2019) menyatakan bahwa kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dan didukung dengan penelitian yang dilakukan Utama dan Murti (2021) yang menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan pernyataan diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H3: Kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.



**Gambar 1.** Rerangka Konseptual

## METODE

**Waktu dan Tempat Penelitian.** Waktu penelitian dimulai dan dilaksanakan pada bulan Maret 2022 sampai dengan September 2022. Proses penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi

permasalahan atau fenomena penelitian, menentukan rumusan masalah, dan pengumpulan teori dasar untuk memperkuat landasan dari setiap variabel. Selanjutnya dilakukan penyusunan metode dalam pengumpulan data, penyusunan instrumen sampai teknik pengujian yang dilakukan.

**Desain Penelitian.** Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kausal dimana metode tersebut bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh satu atau beberapa variabel (variabel independen) terhadap variabel lainnya (variabel dependen). Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi pada penelitian kausal terdapat variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi dan variabel dependen yang dipengaruhi (Sugiyono, 2020).

### Populasi dan Sampel Penelitian

**Populasi Penelitian.** 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. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2020). Dengan demikian, peneliti mengambil populasi pada penelitian ini adalah yaitu nasabah Tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda.

**Sampel.** Menurut Sugiyono (2020) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

**Teknik Pengumpulan Data.** Teknik pengambilan data primer dalam penelitian ini adalah menyebarkan angket berupa kuesioner kepada responden secara langsung yaitu kepada nasabah Bank DKI cabang Utama Juanda dengan daftar pertanyaan terstruktur dengan alternatif pilihan jawaban yang telah tersedia sehingga responden tinggal memilih jawaban sesuai dengan motivasi, pembelajaran, sikap, keadaan atau pendapat pribadinya.

**Metode Analisis Data.** Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Component atau Variance Based Structural Equation Model dimana dalam pengolahan datanya menggunakan program Partial Least Square (Smart-PLS) versi 3.2.9 PLS. Alasan menggunakan program ini karena penelitian ini lebih bersifat memprediksi dan menjelaskan variabel laten dari pada menguji suatu teori dan jumlah sampel dalam penelitian tidak besar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Gambaran Umum Perusahaan.** Bank DKI merupakan Bank Umum dan Badan Usaha Milik Daerah yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan PD Pasar Jaya. Bank DKI pertama kali didirikan di Jakarta dengan nama “PT Bank Pembangunan Daerah Djakarta Raya” sebagaimana termaktub dalam Akta Pendirian Perseroan Terbatas Perusahaan Bank Pembangunan Daerah Djakarta Raya (PT Bank Pembangunan Daerah Djakarta Raya) No. 30 tanggal 11 April 1961 dibuat oleh dan di hadapan Eliza Pondaag S.H., Notaris di Jakarta, yang telah memperoleh penetapan Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. J.A.5/31/13 tanggal 11 April 1961 dan telah didaftarkan dalam buku register di Kantor Pengadilan Negeri Jakarta No. 1274 tanggal 26 Juni 1961 serta telah

diumumkan dalam Tambahan No. 206 Berita Negara Republik Indonesia No. 41 tanggal 1 Juni 1962.

### Analisis Deskripsi

**Tabel 3.** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<b>Valid</b>	Pria	59	46.8	46.8	46.8
	Wanita	67	53.2	53.2	100
	Total	126	100.0	100.0	

Berdasarkan data pada Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa dari 126 responden terdiri dari 59 responden pria atau sebesar 46.8% dan 67 responden wanita atau sebesar 53.2% pada nasabah Tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan Nasabah Tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda mayoritas wanita.

**Tabel 4.** Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<b>Valid</b>	17-27 tahun	60	47.6	47.6	47.6
	28-38 tahun	44	34.9	34.9	82.5
	>39 tahun	22	17.5	17.5	100.0
	Total	126	100.0	100.0	

Berdasarkan data pada Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa dari 126 responden yang memiliki jumlah tertinggi adalah responden dengan usia diantara lebih dari 17-27 tahun yaitu sebanyak 60 responden atau sebesar 47.6% dan terendah adalah responden dengan usia >39 tahun yaitu sebanyak 22 responden atau sebesar 17.5%.

**Tabel 5.** Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<b>Valid</b>	SMA/SMK	31	24.6	24.6	24.6
	D1/D3	23	18.3	18.3	42.9
	S1	60	47.6	47.6	90.5
	S2	9	7.1	7.1	97.6
	S3	3	2.4	2.4	100.0
	Total	126	100.0	100.0	

Berdasarkan pada Tabel 5 menunjukkan bahwa dari 126 responden yang terbanyak adalah responden dengan tingkat pendidikan S1 yaitu sebanyak 60 responden atau sebesar 47.6%, sedangkan responden terkecil dengan tingkat pendidikan S3 yaitu sebanyak 3 responden atau sebesar 2.4%.

**Tabel 6.** Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<b>Valid</b>	Pelajar/Mahasiswa	23	18.3	18.3	18.3
	Wirusaha	26	20.6	20.6	38.9
	Pegawai Negeri Sipil	24	19.0	19.0	57.9
	Karyawan Swasta	44	35.0	35.0	92.9
	Ibu Rumah Tangga	9	7.1	7.1	100.0
	Total	126	100.0	100.0	

Berdasarkan pada Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa dari 126 responden yang terbanyak adalah responden dengan pekerjaan karyawan swasta yaitu sebanyak 44 responden atau sebesar 35.0%, sedangkan paling terkecil adalah responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga yaitu sebanyak 9 responden atau sebesar 7.1%.

**Tabel 7.** Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualias Pelayanan

Item Pernyataan	Distribusi Jawaban					Total	Mean	Std. Deviation
	STS	TS	N	S	SS			
Saya nyaman dengan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda	0	3	33	34	56	126	4.135	0,885
Saya nyaman dengan pelayanan karyawan Bank DKI Cabang Utama Juanda	0	4	30	36	56	126	4.143	0,888
Saya senang dengan pelayanan karyawan Bank DKI Cabang Utama Juanda yang cepat dan tanggap	0	1	24	52	49	126	4.183	0,760
Saya melakukan transaksi di Bank DKI Cabang Utama Juanda sangat aman	2	2	15	52	55	126	4.238	0,840
Saya senang kebutuhan dan keinginan saya terpenuhi di Bank DKI Cabang Utama Juanda	0	1	11	49	65	126	4.413	0,682

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat instrumen untuk Kualitas Pelayanan yang memiliki nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya senang kebutuhan dan keinginan saya terpenuhi di Bank DKI Cabang Utama Juanda” yaitu sebesar 4.413 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,682 dan yang memiliki nilai mean terendah pada pernyataan “Saya nyaman dengan fasilitas- fasilitas yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda” dengan mean 4.135 dan standar deviasi 0,885.

**Tabel 8.** Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualitas Produk

Item Pernyataan	Distribusi Jawaban					Total	Mean	Std. Deviation
	STS	TS	N	S	SS			
Kualitas penampilan produk yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda sangatlah baik	5	6	11	49	55	126	4.135	1,026
Produk yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki keistimewaan	5	1	7	43	70	126	4.365	0,931
Setiap produk Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki manfaat yang lebih	5	8	14	53	46	126	4.008	1,043
Produk yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda sesuai dengan kebutuhan nasabah	5	3	12	62	44	126	4.087	0,943

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat instrumen untuk variabel Kualitas Produk yang memiliki nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan “Produk yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki keistimewaan” yaitu sebesar 4.365 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,931 dan yang memiliki nilai mean terendah pada pernyataan “Setiap produk Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki manfaat yang lebih” yaitu dengan mean 4.008 dan standar deviasi 1.043.

**Tabel 9.** Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kepercayaan Nasabah

Item Pernyataan	Distribusi Jawaban					Total	Mean	Std. Deviation
	STS	TS	N	S	SS			
Bank DKI Cabang Utama Juanda selalu menepati janji kepada nasabah	0	1	38	44	43	126	4.024	0,821
Pelayanan Bank DKI Cabang Utama Juanda bersikap tulus kepada nasabah	0	4	33	46	43	126	4.016	0,854
Bank DKI Cabang Utama Juanda selalu mengutamakan kepentingan umum	0	9	20	62	35	126	3.976	0,850
Karyawan Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan	1	7	12	73	33	126	4.032	0,806
Karyawan Bank DKI Cabang Utama Juanda mampu menyelesaikan masalah dengan cepat	1	10	20	58	37	126	3.952	0,916

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat instrumen untuk Kepercayaan Nasabah yang memiliki nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan “Karyawan Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan” yaitu sebesar 4.032 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,806 dan yang memiliki nilai mean terendah pada pernyataan “Karyawan Bank DKI Cabang Utama Juanda mampu menyelesaikan masalah dengan cepat” yaitu sebesar 3.952 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,916.

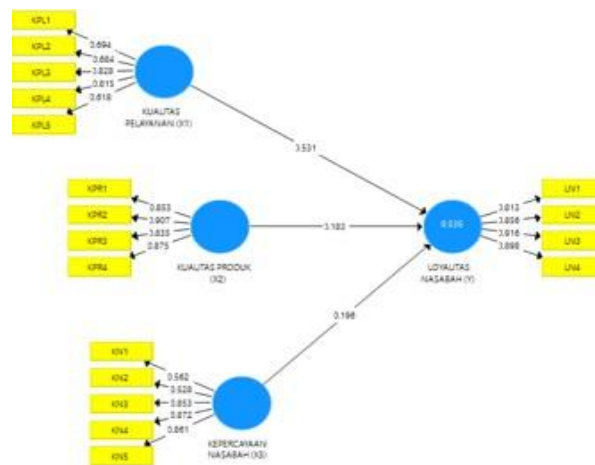
**Tabel 10.** Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Loyalitas Nasabah

Item Pernyataan	Distribusi Jawaban					Total	Mean	Std. Deviation
	STS	TS	N	S	SS			
Saya melakukan transaksi secara rutin di Bank DKI Cabang Utama Juanda	0	4	14	44	64	126	4.333	0,797
Saya akan merekomendasikan pelayanan Bank DKI Cabang Utama Juanda kepada orang lain	0	2	16	47	61	126	4.325	0,754
Saya tidak berminat pindah ke Bank lain	0	2	9	56	59	126	4.365	0,685
Saya mengatakan hal-hal positif tentang Bank DKI Cabang Utama Juanda	1	3	9	66	47	126	4.230	0,747

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat instrumen untuk variabel Loyalitas Nasabah yang memiliki nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya tidak berminat pindah ke Bank lain” yaitu sebesar 4.365 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,685 dan yang memiliki nilai mean terendah dengan pernyataan “Saya mengatakan hal-hal positif tentang Bank DKI Cabang Utama Juanda” dengan nilai mean 4.230 dan standar deviasi 0,747.

Tabel 11. Hasil Pengujian Convergent Validity

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	KPL1	0.694	Valid
	KPL2	0.684	Valid
	KPL3	0.828	Valid
	KPL4	0.815	Valid
	KPL5	0.618	Valid
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	KPR1	0.853	Valid
	KPR2	0.907	Valid
	KPR3	0.835	Valid
	KPR4	0.875	Valid
Kepercayaan Nasabah (X <sub>3</sub> )	KN1	0.562	Valid
	KN2	0.528	Valid
	KN3	0.853	Valid
	KN4	0.872	Valid
	KN5	0.861	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	LN1	0.813	Valid
	LN2	0.856	Valid
	LN3	0.916	Valid
	LN4	0.898	Valid



Gambar 2. Hasil Algoritma PLS

Hasil dari pengujian convergent validity pada Gambar 2 dan Tabel 11, dapat dilihat bahwa semua indikator telah memenuhi convergent validity karena memiliki nilai loading factor di atas 0,50 namun tidak semua indikator mendapatkan validitas penuh karena masih ada beberapa indikator yang tidak memiliki nilai sampai dengan 0,70.

**Tabel 12.** Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings)

	<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>Kualitas Produk</b>	<b>Kepercayaan Nasabah</b>	<b>Loyalitas Nasabah</b>
KPL1	0.694	0.029	0.439	0.405
KPL2	0.684	0.040	0.391	0.364
KPL3	0.828	0.106	0.534	0.565
KPL4	0.815	0.193	0.603	0.692
KPL5	0.618	0.012	0.235	0.307
KPR1	0.141	0.853	0.265	0.302
KPR2	0.095	0.907	0.286	0.288
KPR3	0.127	0.835	0.271	0.250
KPR4	0.078	0.875	0.340	0.251
KN1	0.349	0.185	0.562	0.322
KN2	0.324	0.166	0.528	0.240
KN3	0.576	0.258	0.853	0.521
KN4	0.532	0.339	0.872	0.533
KN5	0.545	0.270	0.861	0.525
LN1	0.511	0.135	0.482	0.813
LN2	0.573	0.251	0.512	0.856
LN3	0.616	0.322	0.493	0.916
LN4	0.654	0.362	0.580	0.898

Dari Tabel 12 terlihat bahwa korelasi konstruk Kualitas Pelayanan dengan indikatornya (KPL1 sebesar 0.694, KPL2 sebesar 0.684, KPL3 sebesar 0.828, KPL4 sebesar 0.815 dan KPL5 sebesar 0.618) lebih tinggi dibanding korelasi indikator Kualitas Pelayanan dengan konstruk lainnya, selanjutnya korelasi Kualitas Produk dengan indikatornya (KPR1 sebesar 0.853, KPR2 sebesar 0.907, KPR3 sebesar 0.835 dan KPR4 sebesar 0.875) hal ini membuktikan bahwa indikatornya lebih tinggi dibanding korelasi indikator Kualitas Produk dengan konstruk lainnya, kemudian korelasi konstruk Kepercayaan Nasabah dengan indikatornya (KN1 sebesar 0.562, KN2 sebesar 0.528, KN3 sebesar 0.853, KN4 sebesar 0.872 dan KN5 sebesar 0.861) hal ini berarti indikatornya lebih tinggi dibanding korelasi indikator Kepercayaan Nasabah dengan konstruk lainnya. Pada korelasi konstruk Loyalitas Nasabah dengan indikatornya (LN1 sebesar 0.813, LN2 sebesar 0.856, LN3 sebesar 0.916 dan LN4 sebesar 0.898) lebih tinggi daripada korelasi indikator Loyalitas Nasabah dengan konstruk lainnya.

**Tabel 13.** Hasil Pengujian AVE

<b>Variabel</b>	<b>AVE</b>
Kualitas Pelayanan	0.536
Kualitas Produk	0.754
Kepercayaan Nasabah	0.565
Loyalitas Nasabah	0.760

**Tabel 14.** Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)

	<b>Kepercayaan Nasabah</b>	<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>Kualitas Produk</b>	<b>Loyalitas Nasabah</b>
Kepercayaan Nasabah	<b>0.752</b>			
Kualitas Pelayanan	0.635	<b>0.732</b>		
Kualitas Produk	0.333	0.128	<b>0.868</b>	
Loyalitas Nasabah	0.595	0.679	0.317	<b>0.872</b>

Dari Tabel 13 dan 14 dapat disimpulkan bahwa akar kuadrat dari average variance extracted ( $\sqrt{AVE}$ ) untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk yang satu dengan konstruk lainnya dalam model. Nilai AVE berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria discriminant validity.

**Tabel 15.** Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.792	0.851	Reliabel
Kualitas Produk	0.891	0.924	Reliabel
Kepercayaan Nasabah	0.804	0.861	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0.895	0.927	Reliabel

Berdasarkan Tabel 15 bahwa hasil pengujian cronbach's alpha dan composite reliability menunjukkan nilai yang memuaskan, karena seluruh variabel laten memiliki nilai cronbach's alpha dan composite reliability  $\geq 0,70$ . Hal ini berarti seluruh variabel laten dikatakan reliabel.

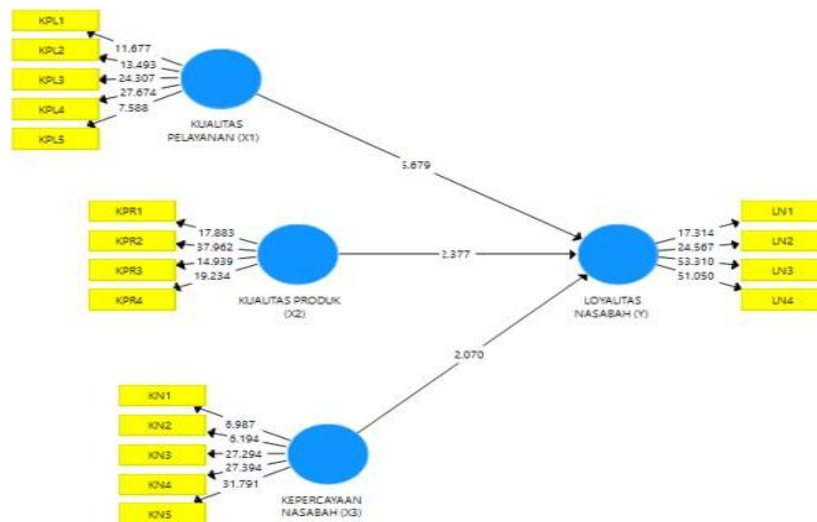
**Tabel 16.** Nilai R<sup>2</sup> Variabel Endogen

Variabel Endogen	<i>R-square</i>	<i>R-square Adjusted</i>
Loyalitas Nasabah	0.535	0.524

Model struktural mengindikasikan bahwa model pada variabel Loyalitas Nasabah dapat dikatakan moderate memiliki nilai di atas 0.33. Model pengaruh variabel laten independen (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Nasabah) terhadap Loyalitas Nasabah nilai R-square sebesar 0.535 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk Loyalitas Nasabah yang dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Nasabah sebesar 53.5% sedangkan 46.5% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti.

**Tabel 17.** Hasil Pengujian Hipotesis

	<i>Original Sample</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>t Statistics</i>	<i>p Values</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan → Loyalitas Nasabah	0.531	0.094	5.679	0.000	Positif Signifikan
Kualitas Produk → Loyalitas Nasabah	0.183	0.077	2.377	0.019	Positif Signifikan
Kepercayaan Nasabah → Loyalitas Nasabah	0.196	0.095	2.070	0.040	Positif Signifikan



Gambar 3. Hasil Uji Bootstrapping

**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.** Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh hasil nilai t-statistic sebesar 5.679, nilai original sample sebesar 0.531 dan nilai p Values sebesar 0.000. Nilai t-statistic lebih besar dari nilai t-table 1,96, nilai original sample menunjukkan nilai positif, hasil ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda sebesar 5.679 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model ini adalah tetap.

Dan dengan indikator “Saya senang dengan pelayanan karyawan Bank DKI Cabang Utama Juanda yang cepat” yang berpengaruh membuktikan bahwa loyalitas nasabah Tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda merasa senang dengan pelayanan yang cepat dan tanggap karena bisa membantu kebutuhan dan keinginan nasabah dengan efektif dan efisien. Idealnya kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah, yang dimana rasa loyal nasabah akan menentukan bahwa nasabah puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan Bank DKI Cabang Juanda. Penelitian ini didukung oleh penelitian oleh Shiratina, et al (2021), Kartikasari (2020) dan penelitian yang dilakukan Anggoro dan Andini (2020), yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan pada loyalitas nasabah.

**Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah.** Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh hasil nilai t-statistic sebesar 2.377, nilai original sample sebesar 0.183, dan nilai P Values sebesar 0.019. Nilai t-statistic lebih besar dari nilai t-table 1,96, nilai original sample menunjukkan nilai positif, hasil ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas Produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda dengan indikator “Produk yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki keistimewaan”. Artinya setiap produk yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda dapat disukai nasabah karena adanya keistimewaan disetiap produk yang ditawarkan itu membuat para nasabah menjadi nyaman dan tetap loyal dengan Bank DKI Cabang Utama Juanda. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh WigunaMaha dan NyomanKerti (2021) dan penelitian yang dilakukan Adji, Supriyadi dan Derriawan (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

**Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.** Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh hasil nilai t-statistic sebesar 2.070, nilai original sample sebesar

0.196 dan nilai p Values sebesar 0.040. Nilai t-statistic lebih besar dari nilai t-table 1,96, nilai original sample menunjukkan nilai positif, hasil ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan indikator “Karyawan Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan”, dimana para nasabah Tabungan Simpeda Bank DKI Cabang Utama Juanda sangat senang dan merasa nyaman dengan pengetahuan yang diberikan karyawan Bank DKI Cabang Juanda disetiap pelayanannya sehingga para nasabah menjadi lebih tahu dan percaya mengenai setiap produk yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda sehingga meminimalisir terjadinya penipuan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang lebih dulu dilakukan oleh Utama dan Murti (2021) lalu penelitian Yunita dan Yanthy (2021) menyatakan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah.

## PENUTUP

**Kesimpulan.** Berdasarkan rumusan masalah beserta analisis data dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan nilai original sample 0.531 dan nilai t-statistics 5.679 yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah yang terjadi di Bank DKI Cabang Utama Juanda. Dan yang memiliki pengaruh besar yaitu pada KPL3 dengan nilai loading factor 0.828 dengan indikator “Saya senang dengan pelayanan karyawan Bank DKI Cabang Utama Juanda yang cepat dan tanggap”. Kemudian yang memiliki pengaruh terendah yaitu pada KPL5 dengan nilai loading factor 0.618 dengan indikator “Saya senang kebutuhan dan keinginan saya terpenuhi di Bank DKI Cabang Utama Juanda”.
2. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan nilai original sample 0.183 dan nilai t-statistics 2.377 yang menyatakan bahwa semakin baik tingkat kualitas produk yang diterima nasabah maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah yang terjadi di Bank DKI Cabang Utama Juanda. Dan yang memiliki pengaruh besar yaitu pada KPR2 dengan nilai loading factor 0.907 dengan indikator “Produk yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki keistimewaan. Kemudian yang memiliki pengaruh terendah yaitu pada KPR3 dengan nilai loading factor 0.835 dengan indikator “Setiap produk Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki manfaat yang lebih”.
3. Kepercayaan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan nilai original sample 0.196 dan nilai t-statistics 2.070 yang menyatakan bahwa semakin baik kepercayaan yang dirasakan nasabah maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah yang terjadi di Bank DKI Cabang Utama Juanda. Dan yang memiliki pengaruh besar yaitu pada KN4 dengan nilai loading factor 0.872 dengan indikator “Karyawan Bank DKI Cabang Utama Juanda memiliki pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan”. Kemudian yang memiliki pengaruh terendah yaitu pada KN2 dengan nilai loading factor 0.528 dengan indikator “Pelayanan Bank DKI Cabang Utama Juanda bersikap tulus kepada nasabah”.

**Saran.** Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan maka peneliti dapat memberikan saran atau masukan kepada perusahaan dan peneliti berikutnya, antara lain:

**Bagi Peneliti Selanjutnya.** Berdasarkan hasil penelitian ini, saran untuk penelitian selanjutnya penelitian selanjutnya sebagai referensi diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain atau menambah variabel lain sebagai variabel independent,

mengingat masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas nasabah seperti (E-WOM, Pengalaman Konsumen, Attitude, Brand Awareness, Brand Image, Atmosfer dan lain-lain). Selain itu, jumlah sampel atau responden diperbanyak agar hasil uji data penelitian lebih akurat, karena saya sebagai penulis merasa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam menyelesaikan skripsi ini.

**Bagi pihak PT. Bank DKI.** Untuk Kualitas pelayanan, berdasarkan hasil penelitian dengan indikator tertinggi yaitu KPL3 disarankan kepada atasan dan Bank DKI Cabang Utama Juanda untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara cepat dan tanggap agar para kebutuhan nasabah bisa disikapi dan dilayani dengan memuaskan. Dan dengan indikator terendah yaitu KPL5 disarankan kepada atasan dan Bank DKI Cabang Utama Juanda untuk sebisa mungkin memberikan pelayanan yang lebih baik, seperti efektif dan efisiennya dalam melayani nasabah dan mengutamakan kebutuhan dan keinginan para nasabah sehingga nasabah bisa bersikap loyal kepada Bank DKI Cabang Utama Juanda.

Untuk Kualitas produk, berdasarkan hasil penelitian dengan indikator tertinggi yaitu KPR2 disarankan kepada atasan dan Bank DKI Cabang Utama Juanda untuk menawarkan produk-produk yang memiliki keistimewaan dan manfaat yang lebih agar para nasabah bisa merasa puas sehingga menjadi loyal terhadap Bank DKI Cabang Utama Juanda. Dan dengan indikator terendah yaitu KPR3 disarankan kepada atasan dan Bank DKI Cabang Utama Juanda untuk menawarkan produk sesuai dengan manfaat dan kebutuhan yang diinginkan nasabah dan meningkatkan produk yang sudah baik dan menciptakan produk yang belum ada pada bank lainnya.

Untuk Kepercayaan nasabah, berdasarkan hasil penelitian dengan indikator tertinggi yaitu KN4 disarankan kepada atasan dan Bank DKI Cabang Utama Juanda untuk meningkatkan pelatihan karyawan dalam memahami pengetahuan produk yang ada di Bank DKI Cabang Utama Juanda agar para nasabah merasa terpercaya dengan program maupun produk yang ditawarkan kepada para nasabah. Dan dengan indikator terendah yaitu KN2 disarankan kepada atasan dan Bank DKI Cabang Utama Juanda untuk meningkatkan pelayanan yang bersikap tulus kepada para nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan percaya pada setiap pelayanan dan produk yang ditawarkan Bank DKI Cabang Utama Juanda.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adji, et al. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank DKI Cabang London. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*. 4(2).
- Dewi, R. Y., & Yosepha, S. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Jasa Pengiriman J&T Express. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*. 1(1).
- Novitasari, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife (Studikasin pada Tiga Rumah Nutrisi Ciganjur Jakarta Selatan). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia – 2020*.
- Qotrunnida, A., Nugroho, A., & Sihite, J. (2021). The Impact of Promotion, Services Quality and Website Quality Towards Purchase Intention on the Airflight Tickets. *International Journal of Research and Review*, 8(2), 310-322.
- Rosyadi, D. (2021). Bank DKI Raih Top Digital Corporate Brand Award 2021. <https://suarapemerintah.id/2021/09/bank-dki-raih-top-digital-corporate-brand-award-2021/>. Diakses pada 10 Oktober 2021.
- Shiratina, A., Rajak, A., Ramli, Y., & Nirwana, N. P. N. (2021). Servicescape and Service Quality in Creating Customer Loyalty. *Ilomata International Journal of Management*,

- 2(4), 274-281.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Manajemen, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utama & Murti. (2021). Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2).
- Akbar, T., and Irwandi, S. A., (2014). Partisipasi Penetapan Tujuan Perusahaan Sebagai Variabel Prediktor Terhadap Kinerja Manajerial. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, ISSN 2086-7603, 5(2), 170-344.
- Beams, Floyd A., Anthony, Joseph, H., Bettinghaus, B., Smith, Kenneth A., (2015) *Advanced Accounting*. London: Pearson Education.
- Irwandi, S, A and Akbar, T. (2014). Goal-setting participation as strategic measurement performance for enhancing managerial performance through procedural fairness and Goal Commitment. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, ISSN2087-3735, 17(3), 353-364.
- Putra, Y.M., (2018). Pemetaan Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM pada UMKM di Kota Tangerang Selatan. *Profita*, ISSN 2622-1950, 11(2), 201-217.
- Putra, Y.M. (2018). *Literasi dan Sitasi Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Menggunakan Mendeley*. Panduan Penulisan Jurnal Ilmiah, Jakarta: Universitas Mercu Buana
- Utami, W., Priantara, D., Manshur T. (2011). Profesional Accounting Education in Indonesia: Evidence on Competence and Profesional Commitment, *Asian Journal of Business and Accounting*, ISSN 1984-4064, 4(2), 93-118..