



## PELAYANAN BERKUALITAS DAN KEPERCAYAAN: KUNCI MEMBANGUN LOYALITAS NASABAH

Ukie Tukinah<sup>1\*</sup>, Moh Tamrin<sup>2</sup>, Bayu Sapta Adi Nugroho<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang

[\\*ukie.tukinah@stiesemarang.ac.id](mailto:ukie.tukinah@stiesemarang.ac.id)

### Riwayat Artikel

Received :25 November 2025

Revised :30 November 2025

Accepted :05 Desember 2025

### Abstraksi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem Di Kabupaten Batang. Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali.

Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank BRI Unit Warungasem dengan jumlah 956 nasabah dan sampel yang diambil menggunakan rumus slovin sebanyak 100 orang, Variabel bebas penelitian ini meliputi kualitas pelayanan (X1) kepercayaan (X2) sedangkan variabel terikatnya loyalitas nasabah (Y). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan bantuan perhitungan melalui aplikasi SPSS.

Hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh t hitung  $2.016 > t$  tabel 1.66023 dengan tingkat signifikan  $0.047 < 0.05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Unit Warungasem, dan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel kepercayaan diperoleh t hitung  $9.646 > t$  tabel 1.66023 dengan tingkat signifikan  $0.000 < 0.05$ . Nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam angka Adjusted R Square adalah sebesar 0.724 ini artinya sumbangsih pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dipengaruhi sebesar 72,4%. Dengan demikian 27,6% (100%-72,4%) dipengaruhi variabel lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah seperti kepuasan nasabah, kenyamanan, lokasi dan lain-lain

Saran untuk Bank BRI Unit Warungasem yaitu

**Kata kunci:**

Kualitas Pelayanan,  
Kepercayaan, Loyalitas  
Nasabah

secara berkala, pengurus atau manajemen bank perlu menyiapkan program peningkatan pelayanan bank kepada para Nasabah dengan tujuan untuk menjaga dan meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem. Misalnya dengan memberikan hadiah terhadap nasabah yang telah lama bergabung dan memberikan kontribusi kepada Bank, Menigkatkan sumbangan efektif terbesar yang mempengaruhi variabel Loyalitas Nasabah adalah variabel Kepercayaan Nasabah, maka hendaknya bank senantiasa menjaga kredibilitas dan meningkatkan mutu pelayanan bank agar nasabah Bank BRI Unit Warungasem selalu mendapatkan kepercayaan para nasabahnya.

***Abstract.***

*This research aims to determine the influence of service quality and customer trust on customer loyalty at BRI Bank Warungasem Unit, in Batang Regency. Loyalty is a customer's deep commitment to repeat subscriptions.*

*The population in this research is Bank BRI Warungasem Unit customers with a total of 956 customers and a sample taken using the Slovin formula of 100 people. The independent variables of this research include service quality ( $X_1$ ) customer trust ( $X_2$ ) while the dependent variable is customer loyalty ( $Y$ ). Data was collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data analysis technique used in this research is multiple regression with the help of calculations via the SPSS application.*

*The test results obtained for the Service Quality variable obtained  $t_{count} = 2.016$  more than  $t$  table  $1.66023$  with a significance level of  $0.047$  (less than  $0.05$ ). Thus, it can be concluded that Service Quality has an influence on Customer Loyalty at Bank BRI Warungasem Unit, and the test results obtained for the Customer Trust variable obtained  $t_{count} = 9.646$  more than  $t$  table  $1.66023$  with a significance level of  $0.000$  (less than  $0.05$ ). Thus, it can be concluded that Customer Trust has an influence on Customer Loyalty at Bank BRI Warungasem Unit. The coefficient of determination value denoted in the Adjusted R Square number is  $0.724$ , this means that the contribution of the influence of the Service Quality ( $X_1$ ) and Customer*

*Trust (X2) variables to Customer Loyalty (Y) is influenced by 72.4%. Thus, 27.6% (100%-72.4%) is influenced by other variables that influence customer loyalty such as customer satisfaction, comfort, location and others.*

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

*Suggestions for Bank BRI Warungasem Unit are that periodically, bank administrators or management need to prepare programs to improve bank services to customers with the aim of maintaining and increasing bank customer loyalty. For example, by giving rewards to customers who have joined and contributed to the bank for a long time, increasing the largest effective contribution that influences the Customer Loyalty variable is the Customer Trust variable, so the Bank should always maintain credibility and improve the quality of bank services so that Bank BRI Warungasem Unit customers always have the trust of their customers.*

## PENDAHULUAN

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan atas kepercayaan, sehingga dalam memilih tempat berinvestasi masyarakat tentunya haruslah benar-benar menyeleksi dan memilih bank mana yang akan tepat menjadi tempat untuk menginvestasikan uang yang dimiliki, baik berupa deposito dan tabungan ataupun lainnya. Adanya resiko yang tinggi didalamnya maka banyak faktor yang harus dipikirkan dalam proses pemilihan sebuah Bank yang akan digunakan untuk menyimpan atau menginvestasikan uang yang dimiliki. Masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan bisnis tersebut. Hal ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Waguespack et al. (2007) dan Tidtichumremporn et al. (2010) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dari sebuah jasa tidak dapat diabaikan, karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh nasabah dan kepuasan dari nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian, terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Menurunnya loyalitas nasabah terhadap bank tidak menutup kemungkinan hal tersebut disebabkan oleh kualitas pelayanan yang buruk terhadap nasabah yang diberikan mengakibatkan banyak nasabah memindahkan dananya ke bank lain yang lebih baik dalam hal kualitas pelayanannya. Dalam data perbandingan dari angka dasar 2024 Unit Warungasem memiliki angka simpanan tabungan Britama 51.030 sedangkan pada posisi April 2025 mengalami penurunan simpanan menjadi 50.523 dan di posisi 25 Mei 2025 juga semakin turun menjadi 48.184.

<b>TABUNGAN</b>	<b>Angka Dasar 2024</b>	<b>Posisi APR'25</b>	<b>Periode Data : 25/05/25</b>	<b>Periode Data : 26/05/25</b>
UNIT KERJA & WILAYAH	Rp	Rp	Rp	Rp
03597 -- UNIT LIMPUNG BATANG	68,603	68,822	67,807	67,547 -
03744 -- UNIT PROYONANGGAN BATANG	43,580	41,236	41,098	41,070 -
05822 -- UNIT TEGALSARI BATANG	33,085	30,749	31,134	31,087 -
05823 -- UNIT TERSONO BATANG	60,969	57,341	57,611	58,062 -
05826 -- UNIT PLELEN BATANG	61,199	56,288	54,652	54,735 -
05827 -- UNIT REBAN BATANG	31,207	28,597	27,972	28,045 -
08159 -- UNIT LIMPUNG II BATANG	26,620	24,250	24,923	24,910 -
<b>MBM Wil Muhammad Salman</b>	<b>325,263</b>	<b>307,283</b>	<b>305,196</b>	<b>305,456 -</b>
03742 -- UNIT BATANG KOTA	38,754	36,540	36,119	36,149 -
03745 -- UNIT SUBAH BATANG	69,645	65,076	64,091	64,076 -
05818 -- UNIT BANYUPUTIH BATANG	41,933	40,567	40,727	41,381 -
05819 -- UNIT BAROS BATANG	26,696	26,401	26,049	26,111 -
05821 -- UNIT TPI BATANG	38,725	38,540	36,952	37,066 -
05824 -- UNIT TULIS BATANG	42,625	40,794	41,257	41,531 -
07117 -- UNIT SENGON BATANG	23,717	22,513	22,806	22,765 -
07470 -- UNIT PECAULUNGAN BATANG	29,261	25,099	25,834	25,757 -
<b>MBM Wil Abdul Roziq</b>	<b>311,357</b>	<b>295,531</b>	<b>293,834</b>	<b>294,836 -</b>
03746 -- UNIT WARUNGASEM BATANG	51,030	50,523	48,184	48,676 -
05817 -- UNIT BANDAR BATANG	55,319	53,763	54,532	54,985 -
05820 -- UNIT BAWANG BATANG	64,420	59,203	58,241	58,214 -
05825 -- UNIT BLADO BATANG	35,795	34,947	35,159	34,914 -
05828 -- UNIT WONOTUNGGAL BATANG	38,629	37,425	37,267	37,403 -
07986 -- UNIT BANDAR II BATANG	19,726	19,358	19,156	19,093 -
08176 -- UNIT PANDANSARI BATANG	26,803	26,330	26,961	27,090 -
<b>MBM Wil Uganda Bagus N</b>	<b>291,723</b>	<b>281,550</b>	<b>279,500</b>	<b>280,374 -</b>
<b>Total Mikro BRI KC Batang</b>	<b>928,342</b>	<b>884,364</b>	<b>878,529</b>	<b>880,666 -</b>

### Gambar 1.1 Angka dasar simpanan

Perusahaan yang telah berdiri akan memasarkan perusahaannya hingga dapat bersaing di kalangan perusahaan lainnya. Persaingan kualitas produk yang sangat sengit akan berdampak pada kepercayaan nasabah, maka itu dibutuhkannya pemasaran agar perusahaan dapat berkembang dengan pesat.. Kemampuan produk layanan yang baik akan berdampak pada pemakainya dan akan menguatkan atau bisa mendapatkan posisi terbaik di hati nasabah, sehingga layanan sangatlah penting bagi perusahaan. Perusahaan harus tetap menjaga kualitas dari perusahaan agar pada pangsa pasar perusahaan mempunyai citra yang baik di kalangan nasabah.

Menurut Tjiptono (2002) kualitas didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa dapat berguna dengan baik dan dapat dikerjakan dengan baik memiliki mutu yang bernilai harganya. Pelayanan yang baik juga mendukung kualitas atau mutu dari perusahaan itu sendiri, sehingga baiknya pelayanan berdampak pada tinggi rendahnya tingkat kepuasan nasabah. Perusahaan diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya sehingga bisa berdampak kepada kepercayaan nasabah.

Kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat,

serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka nasabah tersebut dapatlah dikatakan puas. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka nasabah tersebut akan dikatakan sebagai nasabah yang tidak puas sehingga nasabah tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa (Stefanus, 2008).

Ketidakpercayaan dapat diselesaikan oleh pihak pengelola bank, apabila adanya komitmen akan kualitas pelayanan yang berorientasi pada nasabah merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis, khususnya pada industri jasa. Nasabah jasa terlibat langsung dalam proses produksi jasa itu sendiri. Oleh sebab itu, nasabah jasa sangat tergantung pada siapa dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena keberhasilan proses produksi jasa tersebut sangatlah tergantung dari penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan suatu jasa (Kaderi dan Diahmarissa, 2003). Dengan kata lain, peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan harus sesuai dengan keinginan dari nasabah ataupun konsumen perusahaan tersebut, karena sebagus apapun produk yang dihasilkan oleh perusahaan, jika nasabah atau konsumen tidak menyukainya maka, produk tersebut tidak ada artinya (Ishak, 2005).

Jika kepercayaan dari nasabah telah dibentuk, maka selanjutnya tugas dari pihak perusahaan adalah mendapatkan dan memelihara loyalitas dari nasabah. Semua bisnis yang menyediakan layanan jasa sangat tergantung pada bagaimana membangun hubungan jangka panjang yang berkonsentrasi pada mempertahankan loyalitas nasabah (Rousan, 2010). Dalam hal ini, loyalitas sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Loyalitas nasabah merupakan sebuah usaha nasabah untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepercayaan dan kebangggan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti pembelian ulang (Hadiyati, 2010).

Loyalitas nasabah dapat dibentuk dari rasa percaya yang telah diciptakan sebelumnya yang berada dibenak nasabah, hal tersebut senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Qin Hong (2008). Apabila, nasabah atau konsumen loyal pada suatu perusahaan, maka nasabah tidak akan berpindah ke bank lain untuk menginvestasikan uangnya, sehingga dapat menguntungkan ke dua belah pihak. Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Singh (2006), loyalitas nasabah atau konsumen merupakan salah satu faktor kunci akan kesuksesan dari suatu perusahaan.

Kabupaten Batang mengalami pertumbuhan dan perkembangan penduduk serta lajunya pembangunan di segala bidang terus meningkat, memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kota itu sendiri. Demikian pula dengan Kabupaten Batang yang merupakan kawasan industri mengalami pertumbuhan demikian pesatnya. Bank BRI Unit Warungasem merupakan merupakan bank yang memiliki jumlah nasabah yang besar. Berdasarkan hasil observasi, fenomena tersebut memperlihatkan, bahwa memuaskan keinginan nasabah bukanlah perkara yang mudah. Layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh penyedia jasa

perbankan khususnya Bank BRI Unit Warungasem sudah memuaskan akan tetapi perlu melakukan berbagai inovasi, hingga dapat meningkatkan kepercayaan diberak nasabah, serta kesediaan nasabah untuk tidak berpindah ke bank lain.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah**

Kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk loyalitas nasabah, terutama pada lembaga keuangan seperti bank yang bergerak di bidang jasa. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan dan rasa percaya di hati nasabah, yang pada akhirnya dapat menumbuhkan loyalitas jangka panjang terhadap perusahaan. Menurut Tjiptono (2002), kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Ketika pelayanan yang diberikan bank sesuai bahkan melampaui harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas dan cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang dengan bank tersebut.

Hasil penelitian Waggespack et al. (2007) dan Tidtichumremporn et al. (2010) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak dapat diabaikan karena merupakan faktor yang menentukan keberhasilan bisnis jasa. Kualitas pelayanan yang prima dapat meningkatkan kepuasan serta menciptakan kesan positif yang mendorong nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank dan tidak berpindah ke lembaga keuangan lain. Hal ini sejalan dengan pendapat Hadiyati (2010) yang menyatakan bahwa loyalitas nasabah merupakan bentuk kesadaran, kepercayaan, dan kebanggaan terhadap suatu produk atau jasa yang ditunjukkan melalui kesetiaan untuk melakukan pembelian ulang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan memperkuat loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas dengan pelayanan cenderung tidak hanya bertahan, tetapi juga merekomendasikan produk atau layanan bank kepada orang lain. Oleh karena itu, bank perlu secara konsisten menjaga dan meningkatkan mutu pelayanannya agar dapat menciptakan hubungan yang berkelanjutan serta memperkuat keunggulan kompetitif di tengah persaingan industri perbankan.

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang mendukung di atas, maka dugaan sementara sebagai hipotesis 1 yang diambil dari penelitian ini adalah :

H<sub>1</sub> : Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BRI Unit Warungasem di Kabupaten Batang.

### **Hubungan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah**

Kepercayaan merupakan faktor fundamental yang berperan penting dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas nasabah terhadap suatu lembaga perbankan. Dalam konteks bisnis jasa seperti perbankan, kepercayaan menjadi dasar dari setiap hubungan antara nasabah dan pihak bank. Menurut Kotler dalam Sunyoto (2014), kepercayaan adalah suatu keyakinan deskriptif yang dianut seseorang mengenai sesuatu, di mana keyakinan tersebut menjadi landasan seseorang dalam bertindak. Dalam dunia perbankan, kepercayaan nasabah tercermin dari keyakinan bahwa bank mampu menjaga keamanan dana, memberikan pelayanan yang jujur, dan melaksanakan tanggung jawab sesuai

dengan harapan nasabah. Tanpa adanya kepercayaan, loyalitas nasabah sulit untuk terbentuk karena hubungan yang dibangun tidak memiliki dasar keyakinan yang kuat.

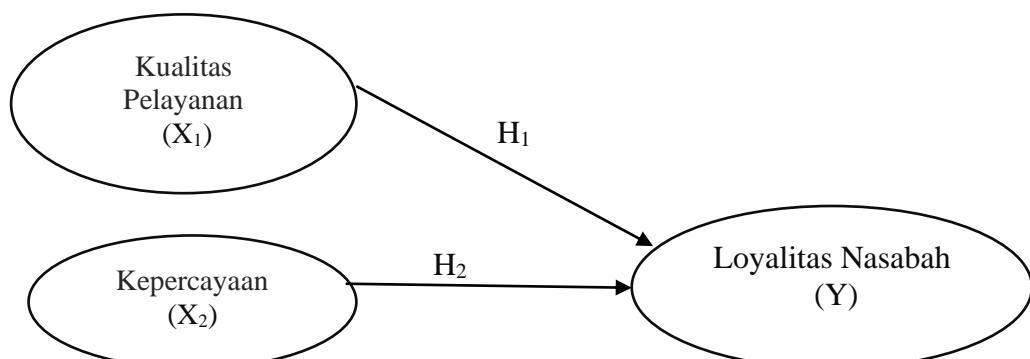
Ganesan dan Shankar dalam Jasfar (2005) menjelaskan bahwa kepercayaan terdiri dari dua komponen utama, yaitu *credibility* (kehandalan) dan *benevolence* (niat baik). *Credibility* berkaitan dengan keyakinan bahwa bank memiliki kemampuan dan keahlian dalam memberikan layanan yang efektif dan andal, sedangkan *benevolence* berhubungan dengan niat baik dan kedulian bank terhadap kepentingan nasabah. Ketika nasabah merasakan kehandalan dan kejujuran dari pihak bank, maka mereka akan memiliki rasa percaya yang tinggi. Rasa percaya tersebut selanjutnya akan mendorong komitmen dan kesetiaan untuk terus menggunakan layanan bank tersebut.

Dengan demikian, kepercayaan berperan sebagai dasar utama dalam membangun loyalitas nasabah. Bank yang mampu menjaga transparansi, konsistensi, dan integritas dalam setiap pelayanannya akan memperoleh kepercayaan dari nasabah. Kepercayaan tersebut tidak hanya mendorong nasabah untuk bertahan, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara nasabah dan bank. Oleh karena itu, menjaga kepercayaan menjadi strategi penting bagi setiap lembaga perbankan dalam menciptakan loyalitas nasabah yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang mendukung di atas, maka dugaan sementara sebagai hipotesis 2 yang diambil dari penelitian ini adalah :

H<sub>2</sub> : Ada Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BRI Unit Warungasem di Kabupaten Batang.

Adapun kerangka konseptual sebagai alur berpikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

## METODE PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Sugiyono 2017). Dalam penelitian ini populasinya adalah Nasabah rekening Britama BRI Unit Warungasem yang berjumlah 956 orang.

Menurut Ghazali, (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Maka diperlukan sampel yang bersifat representatif artinya

sampel tersebut mewakili keseluruhan populasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini lebih dari 100 orang, maka sampel yang diambil ditentukan dengan metode slovin.

Dari populasi yang ada, maka ukuran sampel minimum diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin Ghozali, (2016) sebagai

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran populasi

N = Ukuran sampel.

e = Persen kelonggaran ketidakpastian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir, maksimum 0,10.

Jumlah populasi dalam penelitian adalah sebanyak 956 nasabah Tabungan Britama, maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{956}{1 + 956(0,10)^2}$$
$$n = 95,6$$

Berdasarkan rumus diatas dapat diambil sampel minimum dari populasi sebanyak 95,6 sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah untuk menghindari kerusakan (Slovin, Ghozali:2016) pada saat pengolahan data yang dipilih secara *purposive*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan khusus atau ciri ciri yang relevan dengan tujuan penelitian, Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.

### **Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel merupakan aspek yang penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melaksanakan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel independen (X1) Kualitas Pelayanan, dan variabel (X2) Kepercayaan, serta variabel dependen (Y) yaitu Loyalitas Nasabah, Variabel-variabel tersebut kemudian dioperasionalisasikan berdasarkan, definisi, dimensi, dan indikator.

Definisi operasional mendefinisikan variabel yang telah diidentifikasi agar dapat dioperasikan kedalam penelitian ini. Definisi operasional menjelaskan spesifikasi variabel (X) dan variabel (Y) untuk memberikan batasan terhadap ruang lingkup penelitian dan memperjelas pengukuran variabel penelitian. Definisi operasional dari masing-masing istilah adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel.**

No	Variabel	Defnisi	Indikator
----	----------	---------	-----------

1	Kualitas Pelayanan (X1)	Menurut Wyekof dalam Fandy Tjiptono (2000) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2012) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan	Indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman (1990) yaitu : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berwujud</li> <li>2. Keandalan</li> <li>3. Ketanggapan</li> <li>4. Jaminan dan kepastian</li> <li>5. Empati</li> </ol>
2	Kepercayaan (X2)	Menurut Philip Kotler dalam Sunyoto (2014) mengatakan bahwa kepercayaan adalah suatu pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai sesuatu	Menurut Maharani (2010) terdapat empat indikator dalam variabel kepercayaan yaitu; <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kehandalan</li> <li>2. Kejujuran</li> <li>3. Kepedulian</li> <li>4. Kredibilitas</li> </ol>
3	Loyalitas Nasabah (Y)	Tjiptono (2008) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai pembelian ulang dapat merupakan hasil dominasi pasar oleh perusahaan yang berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif tersedia. Konsekuensinya, pelanggan tidak memiliki peluang untuk memilih	Menurut Griffin (2005) menge-mukakan ada 4 indikator loyalitas pelanggan, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pembelian secara teratur</li> <li>2. Membeli antar lini produk dan jasa</li> <li>3. Merekomendasikan produk kepada orang lain</li> <li>4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing</li> </ol>

### **Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini secara valid, penulis menggunakan metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner berupa pengumpulan data melalui serangkaian pertanyaan tertulis digunakan untuk memperoleh

informasi dari respon clien dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal diketahuinya (Ghozali, 2016).

Dalam pengumpulan data dengan metode angket ini penulis mengumpulkan sejumlah daftar pertanyaan tertulis kepada responden tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah untuk mendapatkan jawaban yang bersifat pribadi. Kemudian dari sejumlah jawaban tersebut penulis kemukakan dan selanjutnya penulis sajikan dalam penyajian data.

Teknik pengumpulan data dengan cara pengajuan sejumlah pertanyaan terhadap responden yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert's untuk masing-masing jawaban dan kuesioner. Menurut Sugiyono (2013), skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena social ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Dalam skala Likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

## **Metode Analisis Data**

### **Analisis Regeensi Linier Berganda**

Teknik analisis yang akan dipakai adalah teknik analisis regresi berganda untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel lain. Analisis regresi berganda adalah regresi dimana sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua variabel atau lebih variabel bebas (X) Ghozali, (2016). Variabel dependen yang digunakan adalah loyalitas nasabah BRI Unit Warungasem Kabupaten Batang dan variabel independennya adalah Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan. Berikut rumus regresi linier berganda (Sugiyono 2017).

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas nasabah

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Kepercayaan

b<sub>1</sub> b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variabel tingkat margin

e = Standar error (5%)

### **Analisis Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada output Coefficients. Dari hasil analisis regresi linier berganda. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (dalam hal ini **kualitas pelayanan** dan **kepercayaan**) dalam menjelaskan variasi atau perubahan pada variabel dependen (**loyalitas nasabah**). Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai  $R^2$  maka semakin terbatas kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

### Analisis Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1, X_2 \dots X_n$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Kriteria dalam uji F adalah sebagai berikut:

- a. Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$
- b.  $H_0$  akan ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  artinya variabel independent ( $X$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ).
- c.  $H_a$  akan diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  artinya variabel independent ( $X$ ) secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ).

## HASIL PENELITIAN

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh antara variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap variabel dependen kinerja.

Dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS for Windows versi 26.0 diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut :

Tabel 3.7  
Hasil Analisis Regresi Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.629	1.923		.847	.399
	KualitasPelayanan	.135	.067	.143	2.016	.047

Kepercayaan	.742	.077	.686	9.646	.000
-------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel 3.5 diperoleh koefisien untuk variabel bebas  $X_1 = 0.135$ ,  $X_2 = 0.742$  dan Konstanta sebesar 1.629 sehingga model persamaan yang diperoleh adalah :

$$Y = 1.629 + 0.135 X_1 + 0.742 X_2 + e$$

Di mana:

- Y = Variabel dependen (LoyalitasNasabah)
- X1 = Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)
- X2 = Variabel Independen (Kepercayaan)
- a = Nilai Intercept (Konstanta)
- b<sub>1</sub> = Koefisien regresi
- b<sub>2</sub> = koefisien regresi
- e = Variabel Independen lain di luar model regresi

Nilai sebesar 1.629, merupakan konstanta, artinya tanpa ada pengaruh dari kedua variabel independen faktor lain, maka variabel Loyalitas Nasabah (Y) mempunyai nilai sebesar konstanta tersebut yaitu 1.629

1. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) 0.135 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan Kualitas Pelayanan sebesar 13,5% jika variabel independen lain dianggap konstan.
2. Koefisien regresi Kepercayaan (X2) 0.742 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan Kepercayaan sebesar 100% maka margin juga meningkat sebesar 74,2 % jika variabel independen lain dianggap konstan.

### Analisa Uji Persial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel x terhadap variabel y. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 26.0 for Windows didapatkan hasil pengujian hipotesis secara parsial pada tabel berikut ini :

Tabel 3.9

**Tabel Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.629	1.923		.847	.399
	KualitasPelayanan	.135	.067	.143	2.016	.047
	Kepercayaan	.742	.077	.686	9.646	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

### ***Uji Hipotesis 1***

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel Kualitas Pelayanan diperoleh  $t_{hitung} = 2.016 > t_{table}$  1.66023 dengan tingkat signifikan  $0.047 < 0.05$ . Dengan demikian diperoleh  $t_{hitung} (2.016) > t_{table} (1.66023)$  sehingga  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem.

### ***Uji Hipotesis 2***

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel Kepercayaan diperoleh  $t_{hitung} = 9.646 > t_{table}$  1.66023 dengan tingkat signifikan  $0.000 < 0.05$ . Dengan demikian diperoleh  $t_{hitung}(9.646) > t_{table} (1.66023)$  sehingga  $H_2$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem.

### **Analisa Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sambungan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung.

Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 26 for Windows didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 3.10  
**Analisis Koefisien Determinasi  $R^2$**

#### **Model Summary**

Model	R Square	Adjusted R Square
1	.524	.514

a. Predictors: (Constant), KepercayaanNasabah, KualitasPelayanan

*Sumber : Data primer yang diolah, 2025*

Dari tabel 3.8 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam angka Adjusted R Square adalah sebesar 0.724 ini artinya sumbangan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dipengaruhi sebesar 72,4%. Dengan demikian 27,6% dipengaruhi variabel lain.

### **Analisa Uji f**

Uji f digunakan untuk menentukan kelayakan model peneliti Jika  $F_{hitung} > F_{table}$  maka memiliki kelayakan model

Tabel 3.8

### **Uji f**

#### **ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	467.685	2	233.842	53.412	.000 <sup>b</sup>

Residual	424.675	97	4.378	
Total	892.360	99		

- a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah  
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Dari tabel 3.6 maka disimpulkan  $F$  hitung  $54,412 > F_{tabel}$  maka model penelitian ini layak / goodness.

## Pembahasan

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem di Kabupaten Batang**

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel Kualitas Pelayanan diperoleh  $t_{hitung} = 2.016 > t_{tabel} 1.66023$  dengan tingkat signifikan  $0.047 < 0.05$ . Dengan demikian diperoleh  $t_{hitung} (2.016) > t_{tabel} (1.66023)$  sehingga  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Willyanto Agiesta (2021). Hasil ini diterima dan sesuai dengan penelitian Chusnul Rofiah (2017).

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem di Kabupaten Batang**

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel Kepercayaan Nasabah diperoleh  $t_{hitung} = 9.646 > t_{table} 1.66023$  dengan tingkat signifikan  $0.000 < 0.05$ . Dengan demikian diperoleh  $t_{hitung} (9.646) > t_{tabel} (1.66023)$  sehingga  $H_2$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem. Berbeda dengan penelitian Fasochah (2018). Hasil ini diterima dan sesuai dengan penelitian Nurul Aini Fadhila (2018).

## KESIMPULAN

Dari data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam setiap variabel adalah valid dan reliabel. Dari ketiga instrument tersebut memenuhi pernyataan uji selanjutnya, yaitu  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, ini dibuktikan dengan uji t. Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan dengan hasil t hitung sebesar 2,016 dan nilai signifikannya  $0,047 < 0,05$  Sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah dan hipotesis 1 diterima, dan (2) Kepercayaan secara positif berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, ini dibuktikan dengan uji statistik dan dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, dengan hasil t hitung sebesar 9,646 dan nilai signifikannya  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh secara positif

antara Kepercayaan dengan Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem dan hipotesis 2 diterima.

Hasil penelitian ini telah menunjukkan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Unit Warungasem. Hasil penelitian ini memberikan petunjuk bahwa Loyalitas Nasabah Bank dapat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan. Dan oleh karena itu, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut: (1) Secara berkala, pengurus atau manajemen bank perlu menyiapkan program peningkatan pelayanan bank kepada para Nasabah dengan tujuan untuk menjaga dan meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank. Misalnya dengan memberikan hadiah terhadap Nasabah yang telah lama bergabung dan memberikan kontribusi kepada Bank; (2) Meningkatkan sumbangan efektif terbesar yang mempengaruhi variabel Loyalitas Nasabah adalah variabel Kepercayaan, maka hendaknya Bank senantiasa menjaga kredibilitas dan meningkatkan mutu pelayanan bank agar Nasabah Bank BRI Unit Warungasem selalu mendapatkan kepercayaan para Nasabahnya., dan (3) Saran untuk para peneliti selanjutnya, penulis berharap dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambah variabel pengawasan dan kepuasan agar didapatkan hasil temuan penelitian selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agiesta, Willyanto, Achmad Sajidin, and Perwito. 2021. —Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya.|| *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 5 (2): 1653–64.
- Amriani. 2020. —Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT POS Indonesia (Persero) Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa.|| *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 4: 611–17.
- Apriliani, Dwi, Nikmah Baqiyatus S, Rizka Febila, and Vicky F. Sanjaya. 2020. —Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Brand Image, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Membercard.|| *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 1 (1): 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>.
- Budiarno, Budiarno, Ida Bagus Nyoman Udayana, and Ambar Lukitaningsih. 2022. —Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.|| *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 19 (02): 226–33. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>.
- Dewantari, Fiorentina, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, and Ni Made Ary Widiastini. 2024. —Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Di Kabupaten Buleleng.|| *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 11 (1): 160–73. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.53576>.

Dwi Wahyuni, Chusnul Rofiah,. 2017. —Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang.|| *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 12 (1): 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>.

Fadhila, Nurul Aini, and Diansyah. 2018. —Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening Di Klinik Syifa Medical Center.|| *Media Studi Ekonomi* 21 (1): 1–9.

Fasochah. 2018. —Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi.|| *JEMA* 2.

Ghozali, Imam. 2016. *Metodologi Penelitian Edisi 4*. 4th ed. Semarang: Undip Publisher.  
\_\_\_\_\_. 2018. *Aplikasi Analisis Variate Dengan Program SPSS 25 Edisi Ke-9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hidayat, Rachmad, Jurusan Teknik Industri, and Universitas Trunojoyo Madura2009. —Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri.|| *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 11 (1): 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>.

Marcella, I, P A Haris, and P Fawzia. 2022. —Determinasi Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan (Literature Review Manajemen Pemasaran).|| *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3 (1): 286–300. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/874>.

Nurhayati, Siti. 2019. *Metodologi Penelitian Praktis*. Kedua. Pekalongan: Unikal Press.

Nurhidayat, Ahmad Imam, and Ali Maskur. 2022. —Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah: Studi Kasus Pada Nasabah Pt Pegadaian UPC Kuwu.|| *YUME: Journal of Management* 5 (2): 495–507. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.343>.

Pradana, Fredi. 2018. —Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta.|| *Jurnal Manajemen Bisnis* 9 (2): 193–212. <https://doi.org/10.18196/mb.9262>.

Rahma, Anggri Widia, and Sri Ekowati. 2022. —Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada E-Commerce Shopee.|| *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)* 3 (1): 10–17.

Rizkiawan, Ilham Karin, Nur Amalina, Fahman Hadi Utomo, Dela Puspita Sari, and Latifah Putranti. 2022. —Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap

Loyalitas Pelanggan Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Veteran Surakarta.|| *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi* 3 (Vol. 3 No. 1 (2022): Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT) Universitas Muhammadiyah Sukabumi): 25–32.  
<https://jurnal.ummi.ac.id/index.php/jimat/article/view/1487/842>.

Sari, Rosa Jatnika, and Ine Aprianti. 2020. —Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah.|| *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)* 2 (2): 77.  
<https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.377>.

Sarmigi, Elex, Muhammad Alfian, Tia Septiani, Rizky Aldiansyah, and Rudi Wahyudi. 2023. —Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Nagari Unit Syariah Cabang Tapan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.|| *Tasharruf: Journal of Islamic Economics and Business* 4 (2) : 150–67. <https://doi.org/10.55757/tasharruf.v4i2.272>.

Somantri, Ivan, and Hadi Ahmad Sukardi. 2019. —Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah.|| *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan* 1 (November 2018): 1–10.

Sugiyono. 2009. *Kualitatif, Dan R&D. Cet. VII.* Bandung : Alfabeta.

Supertini, Ni Putu Sri, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, and Ni Nyoman Yulianthini. 2020. —Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja.|| *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2 (1): 61.  
<https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>.

Sutiyem, Sutiyem, and Tika Arinda Fitri. 2022. —Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang.|| *Jurnal Pundi* 5 (3): 351.  
<https://doi.org/10.31575/jp.v5i3.371>.

Tumbel, Altje. 2016. —Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan Influences of Trust and Satisfaction To Customer Loyalty At Pt. Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat, Amurang, Kabupaten Mi.|| *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* 3 (1): 64–79.

Tumbel, Zarah, Rudy S. Wenas, and Debry Ch. A. Lintong. 2022. —Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Internet Banking Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada BRI Unit Tomohon Selatan.|| *Jurnal EMBA* 10 (4): 40–49.

Wemben, F V, L Mananeke, and F Roring. 2020. —Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pegadaian Upc Tanjung Batu.|| *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8 (4): 1119–28.

Winasih, Tri, and Luqman Hakim. 2021. —Peran Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 8 (2): 205–21. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v8i2.4152>.