



PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP BRAND FIDELITY

**Reminta Lumban Batu
Acep Heriana
Sri Dewi
reminta.lumban@fe.unsika.ac.id
Universitas Singaperbangsa Karawang**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan pada Bank Mandiri terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap *Brand Fidelity*, metode yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan melakukan penyebaran kuesioner pada *followers* akun instagram bank mandiri. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program *software SPSS (Statistic Product and Service Solution)* versi 16. Teknik sampling penelitian ini adalah *proportionate stratified random sampling* menggunakan rumus *Slovin*. Berdasarkan Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya kenaikan kualitas layanan akan diikuti oleh kepuasan nasabah secara signifikan. penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap Brand Fidelity Bank Mandiri. Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa Kualitas layanan dapat berdampak langsung kepada kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas maka nasabah akan merasa puas, sehingga hal tersebut berdampak positif kepada brand fidelity.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, *Brand Fidelity*

Abstract

This study aims to find out how the influence of service quality at an Bank Mandiri on customer satisfaction and its impact on brand fidelity. The method used is descriptive verification by distributing questionnaires to mandiri bank instagram account followers. The data analysis method used in this study is the 16th version of the SPSS software (statistcl product and service solution) program. The sampling technique of this study was proportionate stratified random sampling using the Slovin formula. Based on research result show that service quality has a positive effect on customer loyalty, meaning that an icrease in service quality will be followed by significant customer satisfaction. This study also shows that customer satisfaction has a positive and improved effect, it will affect mandiri bank Brand Fidelity. The result of subsequent studies indicate that service quality can have a direct impact on customer satisfaction by improving quality, so customers will feel satisfied, so that it has a positive impact on the brand fidelity.

Keywords: service quality, customer satisfaction, Brand Fidelity

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era globalisasi sudah tidak bisa lagi terbendung dan mengalami peningkatan yang cukup signifikan hingga berpengaruh sebagian besar aktivitas manusia. Dengan adanya teknologi manusia dapat melakukan segala sesuatu lebih mudah dan praktis untuk dilakukan, sehingga pekerjaan yang sulit bisa menjadi lebih cepat dan efisien. Salah satu contoh teknologi yang sering digunakan yaitu internet. Komunikasi tanpa batas dan waktu adalah manfaat dari kehadirannya teknologi internet. (Magee et al., 2017)

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa terlepas dari kegiatan transaksi. Transaksi yang dulu dilakukan kedua belah pihak untuk menukarkan uang dengan bertemu secara langsung. Namun kenyataan sekarang berbeda, dimana manusia mampu mengirim uang yang berjarak jauh tanpa bertemu dengan bantuan sistem layanan yang disediakan oleh bank guna mempermudah nasabah melakukan transaksi. Kecanggihan media elektronik dapat mempermudah pengiriman uang dengan jarak jauh tanpa bertatap muka secara langsung. (Magee et al., 2017).

Dalam dunia perbankan mengalami perkembangan pesat dinamis dan modern, dari teknologi yang menawarkan ragam fitur perbankan serta kualitas yang dimilikinya. Melihat masyarakat yang banyak menggunakan perangkat teknologi seperti handphone, mengharuskan bank untuk membuat fitur mobile dalam kegiatan transaksi. Tidak hanya itu, aktivitas dunia yang cepat dan praktis inilah yang masyarakat mau sehingga fitur mobile adalah yang paling pas. Hal inilah yang membuat dasar pemikiran nasabah untuk beralih dari kebiasaan lamanya. (Magee et al., 2017)

Mobile Banking merupakan salah satu wujud dari kemajuan perkembangan teknologi informasi yang pesat dalam mempengaruhi industri perbankan. Masyarakat dalam kehidupan sehari-hari tidak terlepas dari kegiatan transaksi. Kegiatan transaksi tersebut menggunakan teknologi yang disediakan oleh Bank untuk mempermudah nasabah melakukan

transaksi. Dengan kecanggihan teknologi tersebut, nasabah mampu bertransaksi menggunakan media elektronik tanpa melibatkan kontak fisik secara langsung. (Magee et al., 2017)

Dunia perbankan relatif lebih maju dibandingkan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dibandingkan sektor lainnya. Bagi nasabah mobile banking menawarkan kemudahan dan kecepatan. Mobile banking dapat menjadi alternatif murah bagi infrastruktur dari pada membuka outlet ATM. *Mobile Banking* yang juga dikenal sebagai *M-Banking*, *SMS banking*, dan lain sebagainya, merupakan sebuah terminal yang digunakan sebagai *performing balance checks*, transaksi keuangan, pembayaran dan dengan menggunakan alat bergerak seperti *mobile phone*. (Wardhana, 2015)

Kualitas layanan belum merata karena ada bank yang prima memberikan layanan *SMS/mobile banking*. Sebaliknya, ada pula yang menimbulkan kekecewaan mendalam akibat sistem pembayaran yang tidak baik. Kekecewaan muncul akibat tiga problem kualitas layanan dominan. Ketiga masalah tersebut adalah layanan gagal tapi pulsa seluler dipotong, info transfer berhasil padahal gagal, dan tidak ada konfirmasi keberhasilan akses layanan. (<http://www.infobanknews.com/2017/04>), n.d.)

Perkembangan dunia perbankan membuat mobile banking menjadi fitur andalan dalam bertransaksi bagi nasabah. Dengan adanya fitur canggih itu, nasabah dapat melakukan transaksi lebih aman, cepat, praktis dan efisien. Ditambah nasabah bisa melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun tanpa perlu jauh-jauh pergi ke bank. (Febriana, 2016)

Inovasi produk memiliki kekurangan, inilah yang sering menjadi keluhan para nasabah dalam bertransaksi dengan mobile banking seperti, banyaknya masyarakat yang belum mengerti cara login internet mobile banking, sering terjadi offline sehingga tidak bisa melakukan transaksi, ada beberapa mobile banking dari bank tertentu yang tidak bisa dipakai diluar negeri, laporan mutasi rekening

yang terbatas sehingga tidak bisa memantau pergerakan dan keluar masuk dana di rekening, tidak bisa melakukan screen capture, belum adanya penggunaan scan QR untuk melakukan transaksi pembayaran dan transfer uang, belum adanya fasilitas pengajuan pinjaman bagi nasabah, belum menyediakan fasilitas pembelian reksadana secara online, dan mobile banking yang terkadang sering error sehingga nasabah tidak bisa melakukan apapun terhadap aplikasi tersebut.(Magee et al., 2017)

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah aplikasi *Mobile Banking Mandiri* yang di unduh selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya akan tetapi jumlah ini berbanding terbalik dengan minat nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking Mandiri*. Hal ini karena banyaknya pesaing dunia perbankan yang memiliki strategi pemasaran yang lebih menarik dan memiliki kesan di benak nasabah. Perlu diketahui dengan jelas bahwa terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan aplikasi *M- Banking. M-Banking Mandiri* merupakan bank yang tepat sebagai obyek penelitian untuk mengetahui hal yang mempengaruhi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya terhadap brand fidelity.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah serta dampaknya terhadap *Brand Fidelity*”

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran Kualitas Layanan di Bank Mandiri
2. Bagaimana gambaran Kepuasan Nasabah di Bank Mandiri
3. Bagaimana gambaran Brand Fidelity di Bank Mandiri
4. Seberapa besar pengaruh *kualitas layanan* terhadap kepuasan pengguna mobile banking Mandiri
5. Seberapa besar pengaruh *kepuasan nasabah* terhadap pengguna mobile banking Mandiri
6. Seberapa besar pengaruh *kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya terhadap brand fidelity* di bank Mandiri

3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran Kualitas Layanan di Bank Mandiri
2. Untuk mengetahui bagaimana gambaran Kepuasan Nasabah di Bank Mandiri
3. Untuk mengetahui bagaimana gambaran Brand Fidelity di Bank Mandiri
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *kualitas layanan* terhadap brand fidelity di Bank Mandiri
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *kepuasan nasabah* terhadap brand fidelity di Bank Mandiri
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya terhadap Brand Fidelity* di bank Mandiri.

B. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Desain Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif yang dilakukan di *followers* akun instagram bank mandiri.

Pengertian metode deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2018) yaitu suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan bank mandiri terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap *brand fidelity*.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada nasabah yang menfollow Instagram Bank Mandiri. Dengan skala interval ,

maka variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel.

2. Populasi dan Cara Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah followers Bank Mandiri yang jumlahnya 100 followers.

Menurut Sugiyono (2016 : 81) sampel adalah bagian atau jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner, peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada nasabah yang menfollow akun Instagram Bank Mandiri. Responden dalam penelitian ini adalah Followers akun instagram Bank Mandiri. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2016:142) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner yang digunakan terdapat alternatif jawaban yang tersedia dengan skala interval dengan menggunakan lima tingkat skala alternatif jawaban yang terdiri dari :

Adapun pengukuran skala interval dalam penelitian sebagai berikut:

- 1) SS = Sangat Setuju diberi skor 5
- 2) ST = Setuju diberi skor 4
- 3) CS = Cukup Setuju diberi skor 3
- 4) TS = Tidak Setuju diberi skor 2
- 5) STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

4. Teknik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui kualitas layanan . untuk memperoleh gambaran perilaku pengguna mobile banking mandiri. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif variabel X (Strategi Kualitas Layanan)
2. Analisis deskriptif variabel Y (Daya Kepuasan Pelanggan)
3. Analisis deskriptif variabel Z (*Brand Fidelity*)

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.4 sebagai berikut.

TABEL 3.10
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL
PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria penafsiran	Keterangan
1.	0%	Tidak seorang pun
2.	1% - 25%	Sebagian Kecil
3..	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4.	50%	Setengahnya
5.	51% - 75%	Sebagian besar
6.	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7.	100%	Seluruhnya

Sumber: Sugiyono : 2017

b. Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan metode yang bertujuan untuk menguji secara matematis dugaan mengenai adanya hubungan antar variabel dari masalah yang sedang

diselidiki di dalam hipotesis. Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik SEM (*Structural Equation Modeling*) berbasis *component* atau *variance* yang terkenal dengan *Partial Least Square* (PLS) (Imam Ghazali, 2014).

c. Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010:188) terdapat kriteria dalam penelitian pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis.

Pengujian hipotesis yang terdapat analisis koefisien determinasi, pengujian hipotesis simultan (Uji F) dan pengujian hipotesis parsial (Uji T). Menguji koefisien antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} menggunakan *software* SPSS (*Statistical for the Social Sciences*) versi 16.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 4.1 berikut ini.

TABEL 4.1
PROFIL BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase%
Laki-laki	45	45,0
Perempuan	55	55,0
Total	100	100,0

Berdasarkan keterangan tabel 4.1, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah PT. Bank Mandiri yang diambil dari jumlah followers Instagram Bank Mandiri menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 55 orang, sedangkan responden laki-laki sebanyak 45 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah PT. Bank Mandiri yang diambil dari jumlah followers Instagram

Bank Mandiri yang diambil sebagai responden adalah perempuan.

b. Berdasarkan Profesi

TABEL 4.2
PROFIL BERDASARKAN PROFESI

Profesi	Frekuensi	Presentase%
Pelajar/Mahasiswa	85	85,0
Pegawai Swasta	14	14,0
PNS	0	0
Wiraswasta	1,0	1,0
Total	100	100,0

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari pekerjaan nasabah PT. Bank Mandiri yang diambil dari jumlah followers Bank Mandiri yang diambil sebagai responden adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 85 orang, pegawai swasta sebanyak 14 orang, dan wiraswasta sebanyak 1 orang.

2. Hasil Penelitian

Uji Asumsi

1. Linieritas (korelasi)

Hipotesis:

H0: $\rho=0$ (tidak ada hubungan linier antara x, Y dan Z)

H1: $\rho \neq 0$ (ada hubungan linier antara x, Y dan Z)

Correlations

		Z	X	Y
Pearson Correlation	Z	1.000	.752	.845
	X	.752	1.000	.804
	Y	.845	.804	1.000
Sig. (1-tailed)	Z		.000	.000
	X	.000		.000
	Y	.000	.000	
N	Z	100	100	100
	X	100	100	100
	Y	100	100	100

- Berdasarkan output SPSS, korelasi antara variabel penjelas dan variabel respon, masing-masing memiliki P-value (kolom ketiga) < 0.05 . sehingga keputusan tolak H_0 , artinya dengan kepercayaan 95% setiap variabel penjelas memiliki hubungan linier (korelasi) yang nyata terhadap variabel respon. Diikuti dengan nilai korelasi yang cukup tinggi.
 - variabel penjelas dan variabel respon, menunjukkan bahwa variabel penjelas memiliki hubungan linier positif dengan variabel respon. Dengan terpenuhinya hubungan linier, maka data ini dapat dianalisis dengan regresi linier berganda.
2. Uji Normalitas
- Hipotesis:
- H_0 : residua berdistribusi normal
- H_1 : residua tidak berdistribusi normal
- uji kenormalan kolmogorof-Smirnov

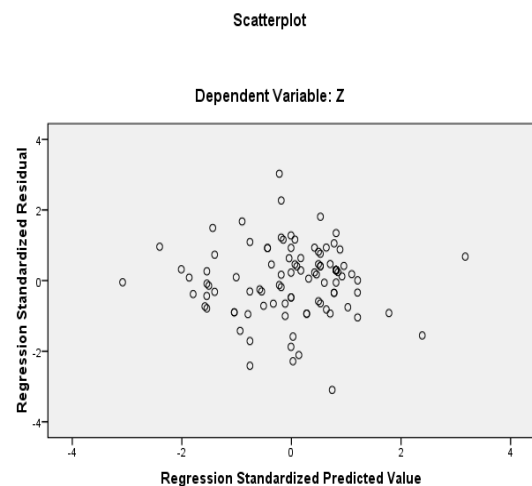
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandar dized Residual
N			100
Parameters ^a	Normal	Mean	.0000000
		Std.	2.823776
		Deviation	.95
Most Extreme Differences	Absolute		.068
	Positive		.068
	Negative		-.067
Kolmogorov-Smirnov Z			.676
Asymp. Sig. (2-tailed)			.750

Dengan menggunakan uji kenormalan Kolmogorov-Smirnov P-value pada uji kenormalan KS sebesar $0.750 > 0.05$. Sehingga keputusan terima H_0 , dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal.

3. Homoskedastisitas

Metode ini digunakan dengan cara melihat grafik scatter plot antara fitted value dengan residual. Ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot dimana sumbu Z adalah nilai Z yang telah diprediksi dan sumbu X, Y adalah residual ($-Z$).



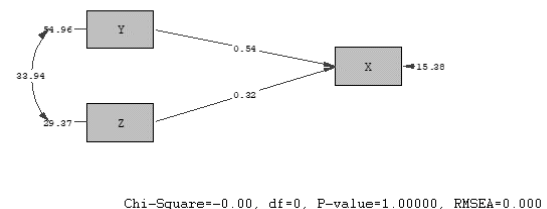
Berdasarkan grafik di residual menyebar secara acak, tidak mengikuti pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa galat mempunyai ragam yang sama. Dengan demikian, asumsi Homoskedastisitas terpenuhi.

4. Non autokorelasi Hipotesis

H_0 : $\rho=0$ (tidak terdapat autokorelasi)

H_1 : $\rho \neq 0$ (terdapat autokorelasi)

PATH ANALISIS



Dari diagram jalur di atas terlihat bahwa tidak terdapat jalur yang berwarna merah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua koefisien jalur signifikan.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan adalah variabel yang sangat dominan mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri memiliki peranan yang besar dibandingkan variabel lainnya dalam mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Secara parsial atau sendiri-sendiri kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap brand fidelity PT. Bank Mandiri
3. Secara simultan atau keseluruhan variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan brand fidelity memiliki kontribusi variabel yang lain diluar penelitian ini,

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan ismpulan diatas, aka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dengan melihat hasil analisis regresi berganda dimana variabel yang dominan berpengaruh terhadap brand fidelity adalah variabel kualitas layanan, variabel kualitas layanan maka dapat dipertimbangkan oleh PT. Bank Mandiri untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Sehingga nasabah dapat merasa puas akan kinerja PT. Bank Mandiri.
2. Mengingat variabel kepuasan memiliki pengaruh yang lemah terhadap loyalitas nasabah maka sebaiknya perlu diperhatikan

E. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, C. (2018). BAB III. *Nucleic Acids Research*, 57–77.
- Achmad Maulidi. (2016). Pengertian Data Primer dan Data Sekunder | Kanal Informasi.
- Amelia, A. S. (2016). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffe Time Kopo Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 31(1), 7–15.
- Bni, E. P. B. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Bruno, L. (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Elvi Yati, Dodi Devianto, Y. A. (2013). TRANSFORMASI BOX-COX PADA ANALISIS REGRESI. 2(2), 115–122.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.145-168>
- Komalasari, Z. (2017). *Iii, B A B Penelitian, Metode*. 47–78.
- Magee, R. V., سلامة, Magee, R. V., Crowder, R., Winters, D. E., Beerbower, E., ... Gorski, P. C. (2017). No Title الجنائية الاجراءات. *ABA Journal*, 102(4), 24–25. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2570>
- Noor Wahyuni. (2014). Uji Validitas dan Reliabilitas.
- Oktaviani, K. (2017). *Dan Analisis Asosiatif*. 37–63.
- Pousette, A., Larsman, P., Hemlin, S., Kauth, M. R., Sullivan, G., Blevins, D., ... Logan, J. (2014). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. *Implementation Science*, 39(1), 1–15.

<https://doi.org/10.4324/9781315853178>

- Reminta Lumban Batu. (2013). *Analisis Citra Perguruan Tinggi Amerika Serikat Terhadap Keputusan Untuk Melanjutkan Studi (Survei Pada Komunitas Persatuan Mahasiswa Indonesia Di Amerika Serikat) Universitas Pendidikan Indonesia*. 48–72.
- Sepengetahuan.co.id. (2017). Pengertian Validitas Dan Reliabilitas Menurut Para Ahli, Jenis, Prinsip, Cara Menghitung Terlengkap.
- Setyaningsih, E. D. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. <https://doi.org/10.1017/S0022381609990740>
- Spsstatistik.com. (2016). uji validitas dan reliabilitas dengan spss | SPSS Statistik.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kauntitatif, Kualitatif, R&D. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Top Brand Index. (2019). *Top Brand Index Kategori Banking & Finance*. Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=banking