

PENGARUH EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPERCAYAAN PADA NASABAH

Bima Prasetya Sakti ¹Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia ¹Corresponding Author : bimosaktiprasetya@gmail.com ¹

Abstrak

Penelitian ini didasarkan pada fenomena perlambatan terhadap kinerja pertumbuhan nasabah prioritas Bank Jatim Cabang Utama Surabaya, maka perlu adanya penelitian mengenai efektivitas komunikasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan pada nasabah prioritas Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh efektivitas komunikasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan pada nasabah prioritas Bank Jatim Cabang Utama Surabaya..Penelitian ini dilakukan pada nasabah prioritas Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. Populasi adalah nasabah prioritas Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. Sampel sebanyak 95 orang dengan proporsional random sampling. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, observasi dan studi pustaka. Data dianalisis menggunakan analisis path menggunakan Smart PLS versi 3 for windows.Simpulan dari penelitian menunjukkan efektivitas komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selanjutnya efektivitas komunikasi melalui kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan kualitas layanan melalui kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci: Efektivitas Komunikasi, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Loyalitas Nasabah

Abstract

This research is based on phenomenon of The purpose of this study was to analyze the influence of communication effectiveness and the service quality on customer loyalty through trust in priority banking customers of main branch Bank Jatim Surabaya.This research was conducted on priority banking consumers of Main Branch Bank Jatim Surabaya. The population are priority banking customers. The sample are 95 people with proportional random sampling. The type of data used is quantitative data. Data collection techniques using questionnaires, observation and literature study. Data analysis using analysis path using Smart PLS version 3 for windows.The conclusion from the research shows that communication effectiveness has positive and significant effect on customer loyalty, while service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. Then, communication effectiveness through trust has no positive and no significant effect on customer loyalty and service quality through trust has no positive and no significant effect on customer loyalty.

Keywords: Communication Effectiveness, Service Quality, Trust, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

History:

Received : 19 Mei 2023
Revised : 12 Juni 2023
Accepted : 23 Juni 2023
Published: 28 Juni 2023

Publisher: LPPM Universitas Darma Agung

Licensed: This work is licensed under

Attribution-NonCommercial-No

Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)



Pada era digitalisasi seperti sekarang ini, banyak perusahaan di berbagai sektor bisnis harus mengantisipasi perubahan bisnis yang begitu cepat dikarenakan faktor digitalisasi yang semakin berkembang (Rohimah, 2018). Salah satu sektor bisnis yang harus berubah adalah perusahaan yang bergerak dibidang perbankan. Strategi perbankan untuk mempertahankan nasabah agar tetap loyal dan konsisten adalah dengan menjalin komunikasi yang baik agar dapat tercipta adanya kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dalam jangka waktu yang Panjang. Menurut (Atmadjati, 2018) kepercayaan merupakan kepastian bahwa pemberi layanan dapat memanfaatkannya sebagai sarana untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen yang akan dilayani.

Hasil studi (Wahyoedi, 2019) mengindikasikan bahwa loyalitas dipengaruhi oleh kepercayaan. Agar dapat membangun dan menghasilkan loyalitas serta kepercayaan dari nasabah, perusahaan perlu memiliki kemampuan dalam menjalankan komunikasi yang efektif dan juga memberikan kualitas layanan yang baik pada nasabah di dalam menjalin hubungan dan kerjasama. Namun, temuan dari (Gultom et al., 2020) menyimpulkan bahwa kepercayaan tidak mempunyai dampak yang signifikan terhadap loyalitas. Untuk membangun dan menghasilkan loyalitas serta kepercayaan dari nasabah, perusahaan tidak perlu memiliki kemampuan dalam menjalankan komunikasi yang efektif dan juga memberikan kualitas layanan yang baik pada nasabah di dalam menjalin hubungan dan Kerjasama. Komunikasi dilakukan oleh perusahaan untuk menarik nasabah baru dan tidak kalah pentingnya juga untuk mempertahankan hubungan yang baik antara perusahaan dan nasabah yang telah ada (existing) guna membangun kerjasama dengan mereka agar dapat menumbuhkan rasa loyal terhadap perusahaan.

Bank Jatim adalah salah satu perusahaan perbankan daerah yang berkantor pusat di kota Surabaya dengan wilayah kerja di seluruh Provinsi Jawa Timur. Meski hanya sebagai bank daerah, Bank Jatim memiliki mimpi untuk ekspansi menjadi bank yang berskala nasional selayaknya bank-bank lainnya yang berada dibawah naungan BUMN. Dalam operasionalnya, Bank Jatim menawarkan berbagai produk dan layanan serupa dengan bank-bank lain, salah satunya ialah produk Bank Jatim Prioritas. Bank Jatim Prioritas berkonsep mengutamakan privasi nasabah dengan memberikan pelayanan personal dan kenyamanan nasabah.

Dicetuskannya program Bank Jatim Prioritas diharapkan dapat membantu menaikkan reputasi Bank Jatim dalam skala nasional. Namun program prioritas ini tidak berjalan serta merta mulus tanpa hambatan, ditandai adanya penurunan jumlah nasabah prioritas yang berkurang cukup banyak di tahun terakhir ini. Hal tersebut disebabkan adanya penurunan ekonomi masyarakat yang cukup tajam yang dimulai pada awal tahun 2020 yang disebabkan terjadinya pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 merampas pekerjaan dan pendapatan masyarakat mulai dari golongan masyarakat bawah hingga level pengusaha atau kelas atas sama-sama merasakan dampak yang

serius pada keuangan mereka, sehingga berimbas pada penurunan jumlah tabungan yang disetorkan ke perbankan. Berikut ini disajikan tabel laporan jumlah nasabah prioritas Bank Jatim terhitung dari tahun pertama dimulainya program prioritas hingga saat ini.

Diketahui jumlah nasabah Prioritas Bank Jatim sebelum pandemi Covid-19 ditahun 2019 sebanyak 431 nasabah dengan jumlah dana sebanyak 341,366 miliar rupiah dan semenjak pandemi ditahun 2020 jumlah nasabah Prioritas Bank Jatim turun drastis menjadi 275 nasabah dengan jumlah dana 196,159 miliar rupiah.

Menurut pihak officer Bank Jatim di Cabang Utama Surabaya, masih terdapat banyak keluhan yang diterima mengenai program Jatim Prioritas. Secara keseluruhan, keluhan tersebut terkait banyaknya nasabah yang harus melakukan pindah buku maupun penarikan dengan jumlah yang lumayan besar yang cukup meyulitkan dikarenakan harus ke kantor Bank Jatim maupun terkendala layanan lainnya dan setiap hari ada nasabah prioritas yang mengeluhkan tentang layanan mobile banking dan ATM ini di kotak saran meminta agar diperbaiki. Kekhawatiran yang timbul akibat respons yang kurang memuaskan ini akan berdampak pada tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah.

Tentunya, hal ini menjadi isu yang serius bagi bank karena berpotensi menurunkan tingkat kepuasan nasabah bank. Hasil studi menunjukkan bahwa pengaruh efektivitas komunikasi terhadap kepercayaan nasabah dan pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan nasabah tidak mempengaruhi secara positif dan signifikan. Pengaruh efektivitas komunikasi pada kepercayaan nasabah mempengaruhi secara positif yang signifikan. Menurut (Sakti, 2023) efektivitas komunikasi mempengaruhi secara positif atas kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah tidak mempengaruhi loyalitas. Efektivitas komunikasi tidak mempengaruhi secara langsung dan signifikan pada kepercayaan nasabah tetapi mempengaruhi secara signifikan tidak langsung melalui loyalitas sebagai penghubung. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kepercayaan memiliki peran sebagai variabel mediasi. Sedangkan ada (Zakiy & Azzahroh, 2017) menunjukkan hasil hipotesis yaitu kualitas layanan mobile banking memiliki dampak yang signifikan atas loyalitas nasabah melalui tingkat kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada nasabah yang menggunakan layanan mobile banking, sedangkan pada penelitian ini variabel bebas terdiri dari dua yaitu efektivitas komunikasi dan kualitas pelayanan.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan studi sebelumnya mengenai efektivitas komunikasi dan kualitas layanan. Perbedaannya terletak pada penggunaan variabel mediasi yaitu kepercayaan nasabah, yang digunakan untuk memahami sejauh mana efektivitas komunikasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan tingkat kepuasan. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan di Bank Jatim Cabang Utama Surabaya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah prioritas Bank Jatim Cabang Utama sebanyak 1.280 nasabah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Data primer. Dalam studi ini, digunakan teknik pengumpulan data berupa a. Kuesioner Angket, Observasi dan Studi Pustaka. Pengukuran hubungan antar variabel dalam penelitian ini, menggunakan teknik multivariat Structural Equation Modelling (SEM) – Partial Least Square (PLS). Metode ini digunakan karena dapat menguji hubungan kausalitas antar variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga dapat melakukan uji validitas & reliabilitas untuk setiap indikator variabel penelitiannya.

HASIL dan PEMBAHASAN

Analisa data penelitian model SEM dengan program *SmartPLS* telah selesai dilakukan, maka berikut ini penjabaran mengenai hasil uji hipotesis pada tiap-tiap variabel baik secara langsung ataupun tidak langsung :

a. Pengaruh Efektivitas Komunikasi terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut peneliti, hasil uji hipotesis mengindikasikan bahwa efektivitas komunikasi berpengaruh positif dan signifikan atas loyalitas nasabah. Dapat diketahui nilai T-statistik $2,344 \geq T\text{-tabel } 1,96$ dengan nilai signifikansinya $0,019 \leq 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa H1 diterima. Artinya, terbukti bahwa efektivitas komunikasi mempunyai dampak positif dan signifikan atas loyalitas nasabah. Beberapa studi yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi dan loyalitas nasabah sudah banyak dilakukan. Menurut (Riniwati, 2016) berperan pentingnya komunikasi dalam organisasi, kesuksesan suatu perusahaan ditentukan dari efektivitas komunikasi baik dalam jangka pendek ataupun jangka panjang. Sedangkan bentuk tertinggi dari komunikasi ialah komunikasi empatik yang mempunyai makna berkomunikasi guna memahami dan mengerti maksud, karakter dan peran orang yang menerima pesan, (Tanjung & Pratiwi, 2020). Hal ini diartikan bahwa berjalannya efektivitas komunikasi antara karyawan Bank Jatim dengan nasabah Prioritas berjalan cukup baik dengan beberapa indikator pemakai penerima, isi pesan, ketepatan waktu, saluran komunikasi, format dan sumber pesan. Dijalankannya komunikasi yang efektif secara berkelanjutan maka akan memiliki dampak besar terhadap pertumbuhan nasabah prioritas Bank Jatim. Penelitian (Indah, 2016)), menyimpulkan bahwa efektivitas komunikasi mempengaruhi secara positif dan signifikan atas loyalitas nasabah, sebab pihak bank dapat menyampaikan komunikasi yang sesuai dengan harapan nasabah sehingga berakibat pada kepuasan nasabah dan menimbulkan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Penelitian (GUNAWAN, 2022) mengatakan bahwa komunikasi mempengaruhi secara positif dan signifikan atas

loyalitas nasabah, sebab komunikasi dijalankan sesuai dengan ketentuan dan indikator-indikator yang tertuang dalam komunikasi itu sendiri.

b. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut peneliti, hasil uji hipotesis mengindikasikan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang positif dan signifikan atas loyalitas nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan memperhatikan nilai T-statistik sebesar $4,599 \geq T\text{-tabel } 1,96$ dengan nilai signifikansinya $0,000 \leq 0,05$, sehingga H_2 diterima. Artinya bahwa kualitas layanan mempengaruhi secara positif dan signifikan atas loyalitas nasabah. Dalam mencapai keberhasilan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah, Bank Jatim mengimplementasikan beberapa indikator kualitas layanan. Indikator-indikator tersebut ialah keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik dari layanan yang diberikan. Beberapa studi yang berhubungan dengan kualitas layanan dan loyalitas nasabah telah banyak dilakukan. Menurut Oktaviani dalam Abshor (2021), layanan yang diberikan berupa jasa perbankan yang terdiri atas kemudahan, kemampuan, kecepatan, hubungan serta kesopanan yang diwujudkan melalui sifat dan sikap pihak Bank dalam memberikan layanan. Kesuksesan suatu perusahaan dalam menyediakan layanan yang berkualitas pada nasabahnya dapat berdampak terhadap peningkatan laba dan pencapaian pasar yang tinggi, tentunya pencapaian tersebut berdasarkan pendekatan yang diterapkan oleh perusahaan, dan pendekatan yang sering digunakan oleh perbankan adalah *SERVQUAL*, (Pradana, 2018) menyimpulkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi secara positif dan signifikan atas loyalitas nasabah, dibuktikan dengan meningkatnya nasabah yang loyal terhadap perusahaan. Hal ini dikarenakan nasabah merasa mendapatkan layanan yang bagus dari perusahaan. Dalam studi Nawangsih (2019), menegaskan bahwa kualitas layanan mempengaruhi secara positif dan signifikan atas loyalitas nasabah, dimana dengan memberikan kualitas layanan yang tinggi maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah untuk perusahaan.

c. Pengaruh Efektivitas Komunikasi terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepercayaan

Hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan, peneliti mengatakan secara tidak langsung langsung efektivitas komunikasi tidak mempengaruhi secara signifikan atas loyalitas nasabah melalui kepercayaan. Dapat diketahui nilai T-statistik $0,003 \leq T\text{-tabel } 1,96$ dengan nilai signifikansinya $0,997 \geq 0,05$, sehingga H_3 ditolak. Artinya efektivitas komunikasi tidak mempengaruhi secara signifikan atas loyalitas nasabah melalui kepercayaan, dimana kepercayaan tidak dapat memediasi efektivitas komunikasi untuk mempengaruhi loyalitas nasabah. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi dan loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepercayaan telah banyak dilakukan. Menurut Chinomona (2016), berpendapat bahwa komunikasi tidak mempunyai pengaruh besar terhadap kepercayaan, namun komunikasi yang efektif mampu mempengaruhi kepercayaan dan

loyalitas melalui kepuasan dalam komunikasi. Komunikasi mempunyai hubungan yang kuat dalam upaya meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah. (Muis et al., 2021) menyatakan bahwa kepercayaan tidak dapat memediasi diantara efektivitas komunikasi atas loyalitas nasabah. Hal ini terjadi dikarenakan komunikasi yang dilakukan antara Bank Jatim dan nasabah tidak mampu menimbulkan kepuasan dalam benak nasabah sehingga tidak dapat menciptakan rasa kepercayaan nasabah pada perbankan. Dengan tidak terciptanya kepercayaan nasabah maka meskipun terjalin komunikasi yang efektif antara pihak bank dengan nasabah maka komunikasi itu bisa saja tidak bertahan lama sehingga sangat mungkin terjadi penurunan loyalitas nasabah.

d. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepercayaan

Hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan, peneliti mengatakan secara tidak langsung langsung kualitas layanan tidak mempengaruhi secara signifikan atas loyalitas nasabah melalui kepercayaan. Dapat diketahui nilai T-statistik $0,771 \leq T$ -tabel 1,96 dengan nilai signifikansinya $0,9441 \geq 0,05$, sehingga H4 ditolak. Artinya, kualitas layanan tidak mempengaruhi secara signifikan atas loyalitas nasabah melalui kepercayaan, dimana kepercayaan tidak dapat memediasi kualitas layanan untuk mempengaruhi loyalitas nasabah. Beberapa studi yang berkaitan dengan kualitas layanan dan loyalitas nasabah sudah banyak dilakukan. Kualitas layanan perbankan bisa dilihat dengan membandingkan antara persepsi nasabah atas pelayanan yang diterima, apakah sesuai dengan standar kualitas pelayanan yang diharapkan (Chrismastianto, 2017). Dimana persepsi yang diharapkan oleh nasabah dapat mempengaruhi loyalitas nasabah atas perusahaan perbankan (Nursiana, 2015).

Penelitian Sukmawati (2015), menyatakan bahwa kepercayaan tidak dapat memediasi pengaruh kualitas layanan atas loyalitas nasabah. Sebab, meskipun kualitas layanan berpengaruh signifikan atas kepercayaan nasabah, akan tetapi kepercayaan tersebut belum tentu memberikan jaminan nasabah untuk senantiasa patuh pada setiap ketentuan perusahaan tersebut. Azman (2016) dalam penelitiannya juga menegaskan bahwa kepercayaan tidak mempengaruhi secara signifikan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

SIMPULAN

Efektivitas komunikasi yang disampaikan oleh karyawan Bank Jatim dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap loyalitas nasabah Prioritas Bank Jatim. Hal ini bisa dinilai dari indikator penerima, isi dari pesan, ketepatan waktu, saluran komunikasi, format dan sumber pesan. Terjalannya komunikasi yang efektif antara karyawan Bank Jatim dengan nasabahnya terbukti dapat meningkatkan jumlah peminat program Bank Jatim Prioritas sehingga berakibat pada meningkatnya pengelolaan keuangan perbankan dan pengembangan perusahaan dengan program prioritasnya. Kualitas layanan yang telah diberikan oleh Bank Jatim mampu

berkontribusi terhadap loyalitas nasabah khususnya bagi nasabah Prioritas Bank Jatim. Hal ini bisa dinilai dari indikator Realibility, Responsiveness, Assurance, Emphaty Dan Tangible. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah khususnya nasabah prioritas terbukti dapat meningkatkan peminat baru, program Bank Jatim Prioritas. Efektivitas komunikasi yang telah dilakukan oleh karyawan Bank Jatim melalui kepercayaan belum mampu mempengaruhi kepercayaan nasabah sebab masih banyak nasabah yang kurang percaya terhadap program Prioritas Bank Jatim jika dinilai dari indikator penerima, isi dari pesan, ketepatan waktu, saluran komunikasi, format dan sumber pesan. Hal ini dikarenakan efektivitas komunikasi tidak membuat nasabah loyal atas produk Bank Jatim Prioritas Cabang Utama Surabaya. Hal tersebut membuat hubungan bank dengan nasabah kurang baik dalam pelayanan, memberikan landasan yang kurang baik bagi pengulangan transaksi, dan ketidakterciptaannya loyalitas nasabah akan menghasilkan rekomendasi dari orang ke orang yang kurang menguntungkan bagi produk Jatim Prioritas Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. Maka untuk untuk Efektivitas komunikasi melalui kepercayaan hal ini dibaikan dan Kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan Bank Jatim kepada nasabah prioritas melalui kepercayaan belum mampu merebut kepercayaan nasabah prioritas utama Bank Jatim jika dinilai dari indikator Realibility, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible. Oleh sebab itu, masih banyak nasabah yang telah tergabung dalam program prioritas Bank Jatim mulai menarik seluruh uangnya dan tidak lagi turut dalam program Bank Jatim Prioritas. Hal ini dikarenakan kualitas layanan yang melalui kepercayaan tidak mampu membuat nasabah loyal terhadap program Jatim Prioritas. Hal ini menciptakan hubungan yang kurang baik, sehingga menciptakan ulasan yang buruk sesama nasabah yang kurang menguntungkan bagi program Jatim Prioritas Bank Jatim Cabang Utama Surabaya. Maka untuk Kualitas layanan melalui kepercayaan ini perlu ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. Deepublish.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
- GUNAWAN, I. (2022). *PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PUBLIK (Suatu Penelitian Pada Karyawan Bagian Kantor dan Lapangan PT PLN (Persero) Kec Pangandaran)*. Universitas Siliwangi.
- Indah, D. R. (2016). Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(2), 545–554.
- Muis, M. R., Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen, J. (2021). Model peningkatan

- loyalitas nasabah internet banking berbasis persepsi resiko, persepsi privasi dimediasi kepercayaan dan kepuasan nasabah. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 22–37.
- Pradana, F. (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.
- Riniwati, H. (2016). *Manajemen sumberdaya manusia: Aktivitas utama dan pengembangan SDM*. Universitas Brawijaya Press.
- Rohimah, A. (2018). Era digitalisasi media pemasaran online dalam gugurnya pasar ritel konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91–100.
- Sakti, B. P. (2023). *PENGARUH EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPERCAYAAN PADA NASABAH PRIORITAS BANK JATIM CABANG UTAMA SURABAYA*. UPN VETERAN JAWA TIMUR.
- Tanjung, A. A., & Pratiwi, S. (2020). Peranan Komunikasi Negosiasi Dalam Menyelesaikan Kredit Macet Di PT. BNI Syariah Cabang Medan. *International Conference Communication and Sosial Sciences (ICCOMSOS)*, 1(1).
- Wahyoedi, S. (2019). *Loyalitas Nasabah Bank Syariah:: Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust Dan Loyalitas*. Deepublish.
- Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 26–38.