



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 2767-2777

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga Kredit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit (Studi Kasus Nasabah Kantor Pusat Koperasi LPN Multi Usaha Di Nagari Kurnia Selatan)

Ilham Hermawan^{1✉}, Dini Elida Putri², Fenisi Resty³

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum Dan Ekonomi Bisnis,

Universitas Dharmas Indonesia

Email: hermawanilham413@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh seperti apa dampak yang ditimbulkan oleh tingkat suku bunga kredit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Koperasi LPN Multi Usaha di Nagari Kurnia Selatan. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis serta mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh tingkat suku bunga kredit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah kredit. Metode analisis pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengambilan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data dengan uji Validitas, uji Reliabilitas instrumen, uji Asumsi Klasik, analisis Deskriptif, analisis Regresi Linear Berganda, uji Hipotesis. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 415 responden dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 186 yang merupakan nasabah kredit di Nagari Kurnia Selatan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa tingkat suku bunga kredit berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah kredit. Selain itu terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah kredit. Berdasarkan hasil uji F diperoleh hasil bahwa tingkat suku bunga kredit (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah kredit (Y) pada Koperasi LPN Multi Usaha di Nagari Kurnia Selatan.

Kata kunci : *Tingkat Suku Bunga Kredit, Kualitas Pelayanan, Dan Loyalitas Nasabah Kredit*

Abstract

This research was conducted to find out what kind of impact the credit interest rate and service quality have on customer loyalty at the LPN Multi Usaha Cooperative in Nagari Kurnia Selatan. The purpose of this research was conducted to find out and analyze and know the influence of credit interest rates and service quality on credit customer loyalty. The analytical method in this study is a quantitative method by collecting data using a questionnaire. Data analysis technique with validity test, instrument reliability test, classical assumption test, descriptive analysis, multiple linear regression analysis, hypothesis testing. The population in this study was 415 respondents and the sample in this study was 186, who was credit customers in Nagari Kurnia Selatan. Based on the results of research that has been done by researchers, it can be concluded that credit interest rates have a significant effect on the dependent variable, namely credit customer loyalty. In addition, there is a non-significant influence between service quality variables on credit customer loyalty. Based on the results of the F test, it was found that the credit interest rate (X1) and service quality (X2) had a significant simultaneous effect on credit customer loyalty (Y) in the Multi-Business LPN Cooperative in Nagari Kurnia Selatan.

Keywords : *Credit Interest Rates, Service Quality, and Credit Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Perkembangan gerakan koperasi di Indonesia mengalami pasang surut yang luar biasa. Banyak koperasi yang tenggelam dari pada yang tetap eksis bertahan, sehingga dapat dikatakan "hidup segan mati tak mau". Namun masih ada pula koperasi yang tetap bertahan dengan pengelolaan yang baik. Jenis koperasi yang berkembang di Indonesia ada beragam, antara lain koperasi simpan pinjam, koperasi serba usaha, koperasi pegawai negeri, koperasi sekolah, dan koperasi unit desa.

Dalam era yang penuh dengan kompetisi di bidang ekonomi dan perbankan, banyak perusahaan yang memfokuskan usahanya untuk tetap mempertahankan basis nasabah yang loyal. Hal ini terutama berlaku di sektor jasa keuangan dimana deregulasi telah menciptakan suatu lingkungan yang memungkinkan konsumen memilih alternatif jasa dalam memenuhi kebutuhan keuangan mereka. Persaingan lembaga keuangan semakin ketat seiring dengan pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Perusahaan perbankan mengarahkan strategi terhadap suku bunga kredit, peningkatan kualitas pelayanan serta loyalitas pelanggan yang lebih baik, demikian pula dengan lembaga keuangan bukan bank yakni koperasi.

Koperasi memiliki peran yang positif, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam peningkatan perekonomian nasional di Indonesia. Peran koperasi diantaranya dalam peningkatan kemajuan bagi anggotanya dan bagi masyarakat. hal ini sebagaimana dinyatakan dalam Undang-Undang Dasar 1945 khususnya pasal 33 ayat (1) menyatakan

sebagai perekonomian indonesia disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Selanjutnya penjelasan pasal 33 Undang-undang dasar 1945 menempatkan koperasi baik dalam kedudukan sebagai sokoguru perekonomian nasional maupun sebagai bagian integral tata perekonomian nasional. Dengan memperhatikan kedudukan koperasi seperti tersebut diatas maka peran koperasi sangatlah penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat serta dalam mewujudkan kehidupan demokrasi ekonomi yang mempunyai ciri-ciri demokratis, kebersamaan, kekeluargaan, dan keterbukaan.

Berkaitan dengan gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan maka diperlukan sebuah lembaga yang dapat memberikan kesejahteraan bersama. Salah satu jenis koperasi yang cukup berkembang di Indonesia adalah Koperasi Simpan Pinjam. Menurut (Syahrul Suci Romadhon, 2019) Koperasi Simpan Pinjam disebut sebagai lembaga pembiayaan dikarenakan usaha yang dijalankan oleh koperasi simpan pinjam adalah usaha pembiayaan yaitu menghimpun dana dari para anggotanya yang kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada kepada para anggotanya atau masyarakat umum.

Masyarakat sebagai konsumen atau pasar yang dituju oleh koperasi memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih usaha jasa koperasi yang akan digunakannya. Hal tersebut dapat dilihat dari faktor suku bunga yang ditawarkan oleh jasa koperasi kepada masyarakat, tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh masyarakat dalam hal penyimpanan uang pada koperasi tersebut dan tingkat kualitas pelayanan serta kemudahan dalam memperoleh pinjaman. Faktor tersebut menjadi dasar pertimbangan masyarakat untuk memilih jasa koperasi baik secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk loyalitas pada diri masyarakat akan koperasi yang dijadikan sebagai pilihan yang dipercayainya.

Menurut (Kotler, 2017) menjelaskan bahwa loyalitas sebagai komitmen yang dipegang untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai di masa yang akan mendatang meskipun ada pengaruh situasional dan tindakan atau upaya pemasaran untuk beralih. Dengan meningkatnya persaingan dipasar, loyalitas pelanggan telah menjadi faktor penentu dalam jangka panjang keuntungan bisnis. Loyalitas pelanggan tinggi akan berdampak pada tingginya hambatan para pesaing untuk memasuki pasar. Loyalitas pelanggan memberikan kontribusi untuk mengurangi biaya pemasaran.

Pelanggan yang puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produk yang ada, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga, menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya

untuk melayani pelanggan dan ketimbang pelanggan baru karena transaksinya bersifat rutin (Kotler, 2017).

Pengertian suku bunga menurut (Sunariyah, 2013) adalah "harga dari pinjaman". Suku bunga dinyatakan sebagai persentase uang pokok per unit waktu. Bunga merupakan suatu ukuran harga sumber daya yang digunakan oleh debitur yang harus dibayarkan kepada kreditur. Besarnya tingkat suku bunga bervariasi sesuai dengan kemampuan debitur dalam memberikan tingkat pengembalian kepada kreditur. Tingkat suku bunga tersebut dapat menjadi salah satu pedoman investor dalam pengambilan keputusan investasi pada pasar modal. Sebagai wahana alternatif investasi, pasar modal menawarkan suatu tingkat pengembalian (return) pada tingkat resiko tertentu.

Kualitas Pelayanan menurut (Kasmir, 2017) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri terhadap konsumen, karena merasa nyaman dan dihormati. Sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan, dengan begitu akan membangun loyalitas nasabah.

Suku bunga kredit pada Koperasi LPN Multi Usaha di Kabupaten Dharmasraya berbeda-beda setiap nasabah tergantung dari jumlah pinjamannya, semakin besar jumlah pinjaman maka tingkat suku bunganya rendah, dan sebaliknya semakin kecil jumlah pinjaman maka tingkat suku bunganya tinggi. Dimana besar dari bunga kredit tersebut sesuai dengan besar kecilnya jumlah kredit yang dilakukan oleh para nasabah. Berikut tingkat suku bunga Koperasi LPN Multi Usaha

Tabel 1.1 Tingkat Suku Bunga Koperasi LPN Multi Usaha

No	Plafond	% / Bulan	% / Tahun
1	< Rp. 10 Juta	1,80	21,6
2	< Rp. 25 Juta	1,60	19,2
3	< Rp. 50 Juta	1,50	18,0
4	≤ Rp. 100 Juta	1,25	15,0
5	≤ Rp. 200 Juta	1,25	15,0

Sumber : Koperasi LPN Multi Usaha

Tingkat suku bunga yang ditetapkan oleh Koperasi LPN Multi Usaha setiap nasabah berbeda-beda, semakin besar jumlah pinjaman maka semakin kecil bunga pinjamannya. dan sebaliknya semakin kecil jumlah pinjaman maka tingkat suku bunganya tinggi. dengan ini tingkat suku bunga yang ada di koperasi lebih tinggi dibandingkan suku bunga pada pinjaman KUR. Kemudian dengan tingkat suku bunga yang tidak *flate* ini apakah akan

membuat nasabah Koperasi LPN Multi Usaha tetap melakukan sikap yang loyal atau sebaliknya.

Permasalahan yang ada dalam kualitas pelayanan pinjaman di Koperasi LPN Multi Usaha adalah masih kurangnya sarana dalam pemasaran seperti brosur pinjaman kredit yang belum tersedia, hal ini membuat nasabah kurang mengerti jika ingin mengajukan pinjaman di Koperasi LPN Multi Usaha yang mana belum mengetahui berapa tingkat bunga dengan plafond yang ingin dipinjamnya, oleh karena itu nasabah harus datang langsung ke kantor untuk menanyakan kepada pihak AO tentang tingkat bunga dengan plafond yang ingin dipinjamnya. Selain itu permasalahannya yaitu dengan fasilitas ruang tunggu yang masih terbatas, membuat nasabah sering berdiri didalam ruang dan diluar ketika menunggu dipanggil karena tidak sedia tempat duduk.

Koperasi LPN Multi Usaha adalah suatu lembaga yang bergerak dibidang keuangan dengan kegiatan utamanya yaitu menerima simpanan ataupun memberikan pinjaman dengan tujuan utama untuk mensejahterakan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya. Koperasi LPN Multi Usaha terletak di jalan poros Koto Mulia, Nagari Kurnia Selatan, Kecamatan Sungai Rumbai, Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat. Kemudian untuk sistem pinjaman yang ada di Koperasi LPN Multi Usaha terbagi beberapa pinjaman yaitu, meliputi; pinjaman bulanan, tempo (1% / Minggu), dan jangka waktu (S.d. 5 Tahun).

Tingkat suku bunga kredit dan kualitas pelayanan yang diberikan atau ditawarkan oleh koperasi yang bersangkutan merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan. Tingkat suku bunga yang menarik, kompetitif serta pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas para nasabah Koperasi LPN Multi Usaha. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga Kredit dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Kredit".

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian menggunakan penelitian data kuantitatif dan dibantu dengan pengumpulan data menggunakan kuisisioner. . Jumlah populasi pada penelitian ini merupakan nasabah Koperasi LPN Multi Usaha pada Januari 2019 sampai Maret 2023 di Nagari Kurnia Selatan yang berjumlah 415 nasabah kredit. Penentuan sampel pada penelitian ini adalah nasabah Koperasi LPN Multi Usaha pada Nagari Kurnia Selatan sebanyak 186 orang. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah Nasabah Koperasi LPN Multi Usaha di Nagari Kurnia Selatan dengan menyebarkan kuisisioner. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan

menggunakan angket atau kuisioner. Jawaban setiap *instrument* mempunyai nilai sangat positif sampai dengan sangat negatif. Menurut (Sugiyono, 2012). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Keterkaitan Variabel Tingkat Suku Bunga Kredit Terhadap Loyalitas Nasabah

Analisis variabel tingkat suku bunga kredit berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Koperasi LPN Multi Usaha. Ditunjukkan dengan hasil pengolahan data t_{hitung} sebesar 11,934 dan t_{tabel} sebesar 1,653 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($11,934 > 1,653$) dan dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima. Jadi dapat diketahui bahwa variabel tingkat suku bunga kredit berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Sesuai dengan pembahasan diatas dapat diartikan bahwa apabila suku bunga kredit meningkat maka akan meningkatkan loyalitas nasabah pada Koperasi LPN Multi Usaha atau sebaliknya apabila suku bunga kredit menurun maka akan menurunkan loyalitas nasabah. Hal ini juga dapat dilihat dari jawaban kuesioner yang dimana jawaban tertinggi adalah pernyataan "Prosedur pembayaran denda atas keterlambatan angsuran kredit nasabah tidak memberatkan nasabah". Hal ini dikarenakan koperasi tidak memberatkan prosedur pembayaran denda atas keterlambatan angsuran kredit pada nasabah.

Penelitian ini di dukung oleh (Hasiolan & Sutadi, 2019) hasil statistik uji t variabel tingkat suku bunga kredit diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,173 dan t_{tabel} 1,661 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,173 > 1,661$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,247 maka hipotesis yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh positif tingkat suku bunga kredit terhadap loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Unggaran. Hal ini berarti bahwa apabila suku bunga kredit meningkat maka akan menurunkan loyalitas nasabah atau sebaliknya apabila suku bunga kredit menurun maka akan meningkatkan loyalitas nasabah pada BPR Nusamba Cepiring Unggaran.

B. Analisis Keterkaitan Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Analisis variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Koperasi LPN Multi Usaha. Ditunjukkan dengan hasil pengolahan data t_{hitung} sebesar -1,358 dan t_{tabel} sebesar 1,653 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($-1,358 < 1,653$) dan dengan nilai signifikansi $0,176 > 0,05$. dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima H_1 ditolak. Jadi dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan

berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Sesuai dengan pembahasan diatas dapat diartikan bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat maka akan meningkatkan loyalitas nasabah pada Koperasi LPN Multi Usaha atau sebaliknya apabila kualitas pelayanan menurun maka akan menurunkan loyalitas nasabah. Hal ini juga dapat dilihat dari jawaban kuesioner yang dimana jawaban terendah adalah pernyataan "Tersedia kursi yang nyaman pada ruang tunggu nasabah koperasi LPN Multi Usaha". Fasilitas ruangan yang ada di Koperasi LPN Multi Usaha belum memadai seperti kursi ruang tunggu untuk nasabah yang masih terbatas. Oleh karena itu fasilitas ruangan harus lebih ditingkatkan agar keinginan atau harapan nasabah dapat terpenuhi.

Penelitian ini didukung oleh (Haroen, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pada PT Nusantara Surya Sakti. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistic uji T untuk variabel kualitas pelayanan dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,653 dan t_{tabel} 2,000 sehingga t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,653 < 2,000$) dengan nilai signifikan 0,102 lebih besar dari 0,05 ($0,102 > 0,05$). Artinya kualitas pelayanan pada PT Nusantara Surya Sakti tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. apabila kualitas pelayanan meningkat maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada PT Nusantara Surya Sakti atau sebaliknya apabila kualitas pelayanan menurun maka akan menurunkan loyalitas PT Nusantara Surya Sakti.

C. Analisis Keterkaitan Variabel Tingkat Suku Bunga Kredit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Secara simultan dilihat pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} karena nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($72,308 > 3,05$). Nilai F_{hitung} 72,308 dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Maka diperoleh H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang berarti hal ini dilakukan secara bersama-sama antara tingkat suku bunga kredit dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini didukung oleh (Hasiolan & Sutadi, 2019) hasil statistik uji F hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 271,683 dan F_{tabel} 2,70 sehingga F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($271,683 > 2,70$) dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima artinya terdapat pengaruh tingkat suku bunga kredit, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Unggaran.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : 1) Tingkat suku bunga kredit berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa nilai signifikan tingkat suku bunga kredit terhadap loyalitas nasabah adalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat suku bunga kredit bernilai positif dan meningkat maka loyalitas nasabah kredit pada Koperasi LPN Multi Usaha di Nagari Kurnia Selatan meningkat. 2) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bernilai negatif dan menurun maka loyalitas nasabah kredit pada Koperasi LPN Multi Usaha di Nagari Kurnia Selatan menurun. 3) Berdasarkan hasil uji F diperoleh hasil bahwa tingkat suku bunga kredit (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah kredit (Y) dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti hal ini dilakukan secara bersama-sama antara tingkat suku bunga kredit dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kredit.

DAFTAR PUSTAKA

- Angeliani, Y. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bri Cabang Banda Aceh. *Skripsi*, 21(9), 11–31.
- Ayu, K. (2017). Pengaruh Nilai Nasabah, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BJB Syari'ah Cabang Bekasi. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.
- Aziz, N., & Putra, Y. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "KBP" Padang*, 71–86.
- Badaruddin. (2016). Pengaruh Tingkat Suku Bunga terhadap Penyaluran Kredit Konsumtif pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Sungguminasa. *Akmen Jurnal Ilmiah*.
- Dedi Setiawan, E. M. A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Taplus Bni Cabang Solok, Tesis Program Magister Manajemen Universitas Negeri Padang. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis Dan Publik*, 4(1), 1–19. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/jrmbp/article/view/5920>
- Demirci Orel, F., & Kara, A. (2014). rr lit service quality, cs loyalty analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*.

- ELIDA PUTRI, D. (2016). Pengaruh Perceived Service Terhadap Citra Museum Negeri Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 5(2), 93–107. <https://doi.org/10.22437/jmk.v5i2.3268>
- Febiola, Gusteti, Y., & Ermawati, E. (2022). Jurnal manajemen dewantara. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 4(2), 90–97.
- Ginting, S., & Arianto, A. (2019). HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PASIEN PESERTA BPJS MANDIRI DI PUSKESMAS DELITUA KABUPATEN DELI SERDANG TAHUN 2018. *Jurnal Penelitian Keperawatan Medik*. <https://doi.org/10.36656/jpkm.v1i2.125>
- Griffin, J. (2005). Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Haroen, R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt Nusantara Surya Sakti). *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 1(2), 101–120. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v1i2.23>
- Hasiolan, L. B., & Sutadi. (2019). Pengaruh Suku Bunga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Terhadap Kepercayaan Yang Berimplikasi Kepada Loyalitas Nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hidayat, A. (2012). Penjelasan Berbagai Jenis Uji Validitas dan Cara Hitung. In *10 Agustus*.
- Kasmir. (2012). Kasmir. *Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Kotler (2016:203). (2019). Kotler (2016:203). *Skripsi*.
- Kotler, P. (2017). Philip Kotler: some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JHRM-11-2016-0027>
- Kredit, P. J., Bunga, S., & Pelayanan, D. A. N. (2016). *Pengaruh jenis kredit, suku bunga, dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah bpr nusamba ngunut kantor cabang ngadiluwih*. 1–13.
- Krisnawati, A., Pratiwi, V. A., & Pramayuda, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian Cabang Arjawinangun. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 16(1), 35–44.
- Listiana, I. L., Murniati, K., Mutolib, A., & Yanfika, H. (2021). Pelayanan & Manfaat Koperasi serta Pengaruhnya terhadap Partisipasi Anggota (Studi Kasus Pada Koperasi Jurai Siwo Ragem Kota Metro. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.01.16>
- Lumajang, B. P. R. D. I. (2013). *ANALISIS SUKU BUNGA KREDIT DAN KUALITAS PELAYANAN*. 3(2), 1–19.

- Mail Hillian Batin. (2019). Penanganan Keluhan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 45.
- Marlyna, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Panin, Tbk. Di Kota Batam*. <http://repository.upbatam.ac.id/722/>
- Muhammaddiyah, U. (2017). Faktor Penentu Kesuksesan Peningkatan Pelayanan Pelanggan Menurut Tjiptono dan Candra. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*.
- Oliver, J. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA DON'S WARNET). *Hilos Tensados*.
- Palenewen, P., Kawet, L., & Tielung, M. (2014). Kualitas Layanan Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bri Cabang Pembantu Palu. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 185–197.
- Pt, P., Mandiri, B., & Medan, P. (2022). *No Title*. 16, 645–653.
- Rilas, A., Wiska, M., & Resty, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru (Studkasus Mahasiswa Universitas Dharmasndonesia) (2021). *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 17(1).
- Saputra, F. I. (2013). Kualitas layanan, citra dan pengaruhnya terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan (studi pada PT Bank BNI 46 sentra kredit kecil Surabaya). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 445–457.
- Sari, N., Maruta, I. A., & Mulyati, A. (2018). Indikator Kualitas Pelayanan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Sejati, B. S. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffee Cabang Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN : 2461-0593*.
- Siburian, I. T. P., Djoko, H., & Widayanto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–10.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Sugiyono. (2015). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). BAB III Metode Penelitian Menurut Sugiyono 2017. *Statistical Field Theor*.

- Syahrul Suci Romadhon, D. (2019). PERANCANGAN WEBSITE SISTEM INFORMASI SIMPAN PINJAM MENGGUNAKAN FRAMEWORK CODEIGNITER PADA KOPERASI BUMI SEJAHTERA JAKARTA. *Journal of Information System, Informatics Dna Computing*, 3(1).
- Yulianingsih, A. (2016). *Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Suku Bunga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Koperasi Simpan Pinjam (Studi Kasus Pada Koperasi CU. Harja Manunggal Berbah Sleman)*.