

**PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER
LOYALTY DAN INTENTION TO SWITCH
NASABAH BCA CABANG DARMO
DI SURABAYA**

LUKAS HENDY WINATA

Manajemen Pemasaran / Fakultas Bisnis dan Ekonomika
yonatanalbertus@yahoo.com

Intisari - Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* dan *Intention to Switch* pada nasabah BCA cabang Darmo di Surabaya. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 120 orang responden yang pernah berkunjung dan melakukan transaksi di BCA cabang Darmo Surabaya dalam 2 tahun terakhir, responden dengan pendidikan minimal SMA atau sederajat. Selain itu bertempat tinggal di Surabaya. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software LISREL 8.70. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Data diperoleh secara langsung dari responden yang memenuhi karakteristik populasi yang ditentukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*. Sedangkan pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Intention to Switch* dinyatakan tidak terdukung

Kata kunci : *Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Intention to Switch*

Abstract - *The purpose of this study is to investigate and analyze the influence of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intention to Switch customer BCA Darmo Surabaya. Respondents used in this study is 120 respondents who had visited and doing transactions in BCA Darmo Surabaya 2 last year, respondents with high school education or equivalent minimum. Besides live in Surabaya. This research using Structural Equation Modeling (SEM) with Lisrel 8.70 software. Sampling techniques used in this research are non probability sampling with this type of purposive sampling. Data collected directly from respondents who meet the specified characteristics of the population by distributing questionnaires. The samples used in this study was 120 respondents. The results of this study showed the influence of Customer Satisfaction toward Customer Loyalty. Furthermore, the Customer Satisfaction toward Intention to Switch was found to be no supportive.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Intention to Switch*

PENDAHULUAN

Pada saat ini, industri perbankan khususnya di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antar bank. Hal ini tidak dapat dihindari lagi, sehingga setiap bank harus mampu menarik minat masyarakat dengan berbagai cara. Menurut Almosawi (2001) dalam Mohsan, Nawaz, Khan, Shaukat, & Aslam(2011), kriteria yang dijadikan acuan oleh masyarakat dalam memilih bank adalah “ *reputasi bank, keramahan staf bank, lokasi yang nyaman, ATM 24/7 serta ketersediaan parkir yang memadai bagi nasabah itu sendiri.*”

Dunia perbankan itu sendiri tidak dapat hidup tanpa adanya dukungan dari pelanggan. Untuk dapat bersaing dalam persaingan lokal utamanya pasar bebas pada tahun 2015, bank – bank di Indonesia sebagai badan usaha hendaknya terus menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Bank – bank yang ingin memenangkan dalam persaingan ini, haruslah dapat melihat peluang serta keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Bank yang ingin berkembang dan mempunyai keunggulan kompetitif haruslah dapat memberikan produk dan jasa yang berkualitas dengan biaya yang murah, cepat, aman, serta dapat memuaskan kebutuhan pelanggannya.

Seiring dengan kepuasan pelanggan yang naik, maka hal ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada suatu bank. Selain itu, reputasi perusahaan juga dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih suatu bank seperti yang dikemukakan oleh Dick, Chakravarty, dan Biehal (1990)

dalam Simamora(2007) yaitu “*Reputasi perusahaan secara langsung membentuk kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa dari perusahaan yang bersangkutan sehingga akan mempengaruhi pertimbangan pelanggan dalam menentukan pilihan*”. PT. Bank BCA merupakan salah satu bank lokal terbesar dan terkemuka di Indonesia yang memiliki reputasi tinggi. Hal ini dapat dilihat dari penghargaan yang diraihnya yaitu “*Euromoney Awards for Excellences (Asia) 2014*” untuk kategori “*Best Bank in Indonesia.*” (bisniskeuangan.kompas.com)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mohsan *et al.* (2011), dikemukakan bahwa ada pengaruh positif antara *Customer Satisfaction* dengan *Customer Loyalty* serta berpengaruh negatif terhadap *Intentions to Switch*. Akan tetapi setelah dilakukan wawancara dan sigi awal terhadap responden BCA cabang Darmo Surabaya, ditemukan data empiris di lapangan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Intentions to Switch*. Ketidaksesuaian antara hasil penelitian terdahulu dengan indikasi hasil wawancara dan sigi awal memunculkan kesenjangan (*gap*) sehingga perlu dilakukan replikasi penelitian.

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada PT. Bank Central Asia, Tbk mengenai pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* dan *intention to switch*. Sehingga diharapkan PT. Bank Central Asia, Tbk tidak hanya memberikan *customer satisfaction* kepada pelanggan, akan tetapi lebih dari itu harus terus menciptakan *benefit* yang tidak diberikan oleh bank lainnya sehingga *customer loyalty* dapat terbentuk serta mengurangi resiko nasabah untuk

intention to switch kepada bank lainnya. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal (*causal research*), yang termasuk dalam penelitian kuantitatif. Penelitian kausal akan menitikberatkan pada pembuktian hipotesis, dan pemahaman teori melalui pembuktian/pengujian statistik, sehingga lebih mengarah pada hasil generalisasi dan menjelaskan fenomena secara terukur dalam penelitian ini akan mengungkapkan hubungan variabel independen *customer satisfaction* terhadap variabel dependen *customer loyalty* dan *intention to switch*.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dan disusun secara spesifik untuk proyek penelitian yang sedang dilakukan yang didapat melalui kuesioner, dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengumpulan kuesioner mengenai *customer satisfaction*, *customer loyalty* dan *intention to switch* pada BCA cabang Darmo Surabaya kepada responden penelitian. Target populasi yang dipilih adalah nasabah BCA Darmo yang berdomisili di kota Surabaya. Karakteristik populasi adalah konsumen baik pria maupun wanita dengan pendidikan minimal SMA atau sederajat yang menjadi nasabah BCA Darmo serta bertransaksi minimal dalam waktu 2 tahun terakhir dan bertempat tinggal di Surabaya.

Dalam penelitian ini, populasinya teridentifikasi secara jelas, sehingga sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena sampel diambil berdasarkan penilaian dari peneliti yang sesuai dengan karakteristik penelitian. (Zikmund 1994, p.455). Banyaknya sampel yang diambil adalah 120 responden berdasarkan replikasi jurnal dari Mohsan *et al.* (2011). Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner adalah sebagai berikut : (1) kuesioner dibagi kepada responden di BCA cabang Darmo Surabaya; (2) meminta kesediaan responden untuk mengisi kuesioner dan memberikan penjelasan mengenai cara untuk pengisiannya; (3) responden mengisi kuesioner; (4) mengumpulkan kuesioner yang telah selesai diisi oleh responden kemudian diseleksi sesuai dengan karakteristik populasi; (5) dan akhirnya kuesioner diolah dan dianalisis untuk kepentingan penelitian ini.

Aras pengukuran dalam penelitian ini adalah interval, yaitu dimana jarak perbedaan antara tingkatan objek yang satu dengan tingkatan objek yang lainnya adalah sama, kuesioner bersifat *close ended questions*, artinya responden hanya menjawab sesuai dengan alternatif jawaban yang sudah tersedia. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan *likert scale*, yaitu dengan menggunakan skala 1-5.

Tidak setuju 1 2 3 4 5 Setuju

Metode pengolahan data untuk menguji validitas dan reliabilitas menggunakan *software* SPSS 18.0. Metode pengolahan data selanjutnya

menggunakan metode SEM dengan menggunakan *software* Lisrel 8.7.0 untuk model pengukuran dan model struktural. Dalam SEM pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan model struktural *t-test*. Hipotesis nol pada *t-test* menyatakan setiap parameter yang diuji = 0 dan sebaliknya hipotesis alternatif pada *t-test* menyatakan setiap parameter yang diuji tidak sama dengan nol. Uji hipotesis menggunakan $\alpha = 5\%$. Dengan demikian, hipotesis terdukung apabila nilai $t \geq 1,96$. Sebagai tambahan, uji unidimensionalitas dan reliabilitas menggunakan Excel 2007.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu variabel apakah benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Validitas diukur menggunakan *internal consistency* (konsistensi internal) yaitu dengan metode korelasi *product moment pearson*. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 30 nasabah BCA cabang Darmo Surabaya yang didapat dari penyebaran kuesioner tahap pertama terhadap masing-masing pernyataan yang membentuk variabel penelitian yaitu *customer satisfaction (CS)*, *Customer Loyalty (CL)* dan *Intention to Switch (IS)*.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan *SPSS 18.0 for windows*. Item pernyataan dapat dinyatakan valid jika hasil korelasi *pearson* antara masing-masing pernyataan dengan skor total menghasilkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Tabel 1

Hasil Pengujian Validitas Variabel *Customer Satisfaction* Di BCA Cabang Darmo

No	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Saya merasa puas dengan respon staf BCA cabang Darmo Surabaya yang cepat	.793**	.000	Valid
2	Saya merasa puas dengan saran layanan keuangan dari staf BCA cabang Darmo Surabaya	.641**	.000	Valid
3	Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh BCA cabang Darmo Surabaya	.767**	.000	Valid
4	Saya merasa puas dengan jasa yang ditawarkan oleh BCA cabang Darmo Surabaya	.810**	.000	Valid

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*

Tabel 2

Hasil Pengujian Validitas Variabel *Customer Loyalty* nasabah

Di BCA cabang Darmo Surabaya

No	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Saya sering mengatakan hal yang positif mengenai BCA cabang Darmo Surabaya kepada orang lain	.645**	.000	Valid
2	Saya merekomendasikan keluarga, teman, dan kerabat saya untuk melakukan transaksi bisnis dengan BCA cabang Darmo Surabaya	.788**	.000	Valid
3	Saya merekomendasikan BCA cabang Darmo Surabaya kepada seseorang yang mencari saran mengenai keuangan	.688**	.000	Valid
4	Saya akan terus melakukan transaksi bisnis dengan BCA cabang Darmo Surabaya	.782**	.000	Valid

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*

Tabel 3

Hasil Pengujian Validitas Variabel *Intention to Switch* nasabah

Di BCA cabang Darmo Surabaya

No	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Saya akan beralih ke bank lain yang memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dari BCA cabang Darmo Surabaya	.836**	.000	Valid
2	Saya akan beralih ke bank lain yang menawarkan keuntungan yang lebih besar dari BCA cabang Darmo	.875**	.000	Valid
3	Saya akan beralih ke bank lain yang menawarkan variasi produk dan layanan yang lebih beragam	.868**	.000	Valid

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan kemampuan suatu instrumen untuk menunjukkan kestabilan dan konsistensi didalam mengukur suatu variabel. Pengukuran reliabilitas dapat menggunakan koefisien *cronbach alpha* diatas 0,6. Pengukuran reliabilitas dilakukan terhadap 30 responden dengan menggunakan *SPSS 18.0 for Windows*.

Tabel 4
 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*,
 serta *Intention to Switch* Di BCA cabang Darmo Surabaya

Variabel	Cronbach Alpha
<i>Customer satisfaction</i>	.749
<i>Customer loyalty</i>	.691
<i>Intention to switch</i>	.809

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

Berikut ini merupakan tampilan nilai rata – rata serta standar deviasi dari masing – masing pernyataan variabel penelitian. Nilai rata-rata dihitung untuk mengetahui rata-rata penilaian responden terhadap tiap pernyataan. Sedangkan, standar deviasi dihitung untuk mengetahui keragaman tanggapan responden terhadap tiap pernyataan yang ada di dalam kuesioner.

Tabel 5
 Tanggapan Responden Terkait Variabel *Customer Satisfaction*

Indikator	Pernyataan	Mean	St.Dev
CS1	Saya merasa puas dengan respon staf BCA cabang Darmo Surabaya yang cepat	3.43	1.158
CS2	Saya merasa puas dengan saran layanan keuangan dari staf BCA cabang Darmo Surabaya	3.24	1.174
CS3	Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh BCA cabang Darmo Surabaya	3.71	0.947
CS4	Saya merasa puas dengan jasa yang ditawarkan oleh BCA cabang Darmo Surabaya	4.07	0.945
Total		3.61	1.056

Tabel 6

Tanggapan Responden Terkait Variabel *Customer Loyalty*

Indikator	Pernyataan	Mean	St.Dev
CL1	Saya sering mengatakan hal yang positif mengenai BCA cabang Darmo Surabaya kepada orang lain	2.94	1.266
CL2	Saya merekomendasikan keluarga,teman,dan kerabat saya untuk melakukan transaksi bisnis dengan BCA cabang Darmo Surabaya	2.71	1.219
CL3	Saya merekomendasikan BCA cabang Darmo Surabaya kepada seseorang yang mencari saran mengenai keuangan	4.00	1.077
CL4	Saya akan terus melakukan transaksi bisnis dengan BCA cabang Darmo Surabaya	3.71	1.212
Total		3.34	1.1935

Sumber: Hasil olah data dengan *SPSS 18.0 for Windows*

Tabel 7

Tanggapan Responden Terkait Variabel *Intention to Switch*

Indikator	Pernyataan	Mean	St.Dev
IS1	Saya akan beralih ke bank lain yang memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dari BCA cabang Darmo Surabaya	3.68	1.243
IS2	Saya akan beralih ke bank lain yang menawarkan keuntungan yang lebih besar dari BCA cabang Darmo Surabaya	4.16	0.840
IS3	Saya akan beralih ke bank lain yang menawarkan variasi produk dan layanan yang lebih beragam	3.94	0.929
Total		3.92	1.004

Sumber: Hasil olah data dengan *SPSS 18.0 for Windows*

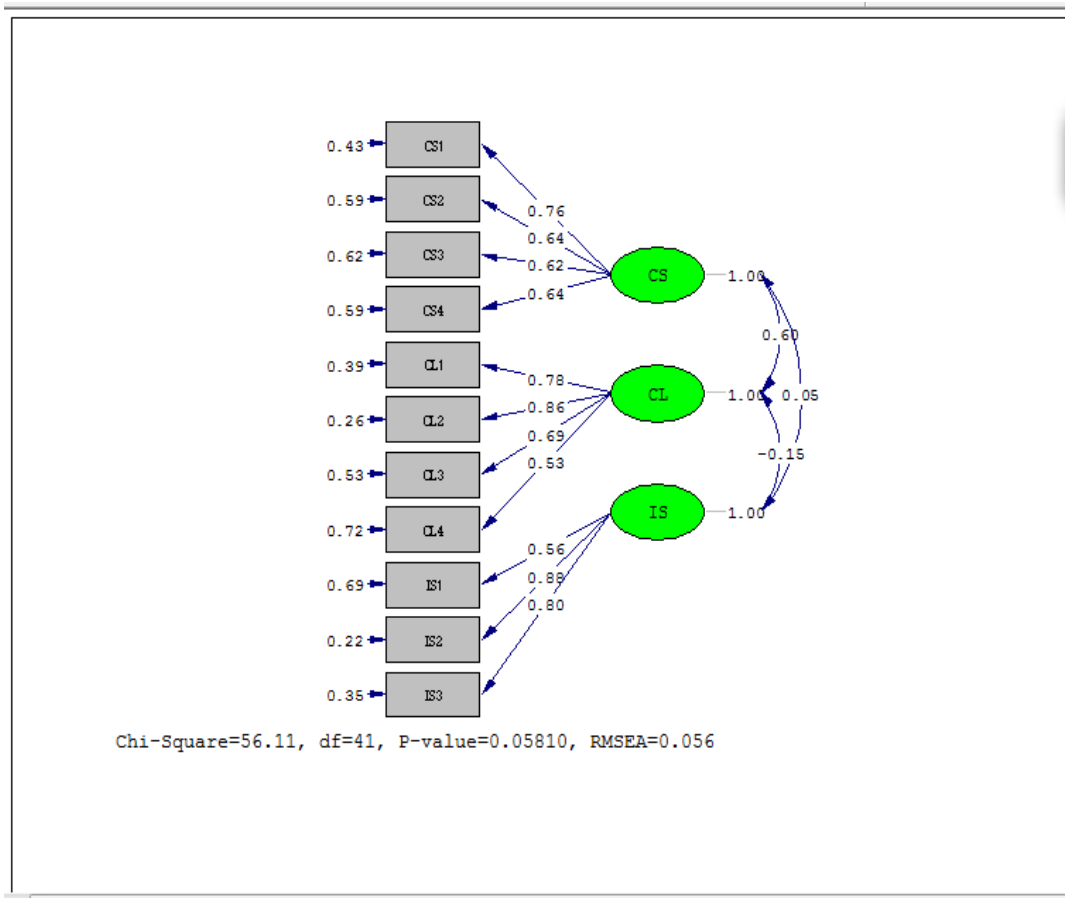
Berikut adalah Gambar model pengukuran diperoleh dari pengolahan data menggunakan software LISREL 8.70. Apabila terdapat indikator yang mempunyai *standardized loading* < 0,5 maka indikator tersebut akan dihilangkan dari model pengukuran.

Dari hasil model pengukuran yang di Running pada LISREL, menunjukkan nilai RMSEA sebesar 0,056 dengan p-value= 0,05810 dan tidak ada indikator yang memiliki *standard loading* < 0,5. Sehingga, model ini cocok untuk menjadi model pengukuran (*Measurement Model*) dalam penelitian ini.

Tabel 8
Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	Statistik Chi-Square	$p \geq 0,05$	Chi-square = 56,11 $p = 0,05810$	<i>Good fit</i>
2	GFI	$GFI \geq 0,90$	0,92	<i>Good fit</i>
3	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,056	<i>Good fit</i>
4	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 2$	1,368	<i>Good fit</i>
5	NFI	$NFI \geq 0$ dan ≤ 1	0,91	<i>Good fit</i>
6	TLI/NNFI	$TLI/NNFI \geq 0,90$	0,96	<i>Good fit</i>
7	CFI	$CFI \geq 0,90$	0,97	<i>Good fit</i>
8	AGFI	$AGFI \geq 0,90$	0,87	<i>Marginal fit</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Lisrel 8.70, diolah.



Gambar 1

Model Pengukuran
Sumber: Lisrel 8.70

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan kemampuan suatu instrumen untuk menunjukkan kestabilan dan konsistensi didalam mengukur suatu variabel. Untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan *construct reliability* dan *average variance extracted*. Menurut Hair *et al.* (2010, p 710), nilai *construct reliability* yang diterima adalah 0,70 dan nilai *average variance extracted* yang diterima adalah \geq 0,50.

Tabel 9
Construct Reliability

Variabel	(Σ std.loading)	(Σ std.loading) ²	Σ error	<i>Construct Reliability</i>
CS	2.66	7.0756	2,2188	0.761
CL	2.86	8.1796	1.895	0.811
IS	2.24	5.0176	1.272	0.797

Sumber: Excel 2007, diolah.

Tabel 10
Average Variance Extracted

Variabel	(Σ std.loading ²)	Σ error	<i>AVE</i>
CS	1.7812	2,2188	0.4453
CL	2.105	1.895	0.5262
IS	1.728	1.272	0.576

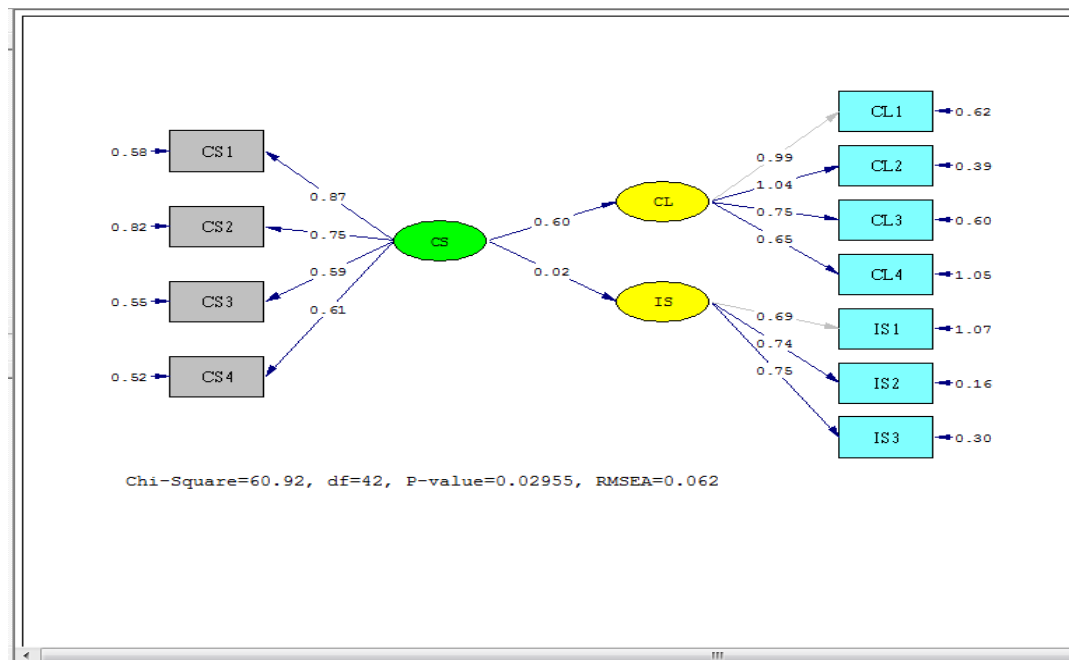
Sumber: Excel 2007, diolah.

Selain menunjukkan model pengukuran, Lisrel 8.70 juga menunjukkan model struktural.

Tabel 11
Hasil Uji Kecocokan Model Struktural

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	Statistik Chi-Square	$p \geq 0,05$	Chi-square = 60,92 $p = 0,02955$	<i>Not fit</i>
2	GFI	$GFI \geq 0,90$	0,91	<i>Good fit</i>
3	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,062	<i>Good fit</i>
4	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 2$	1,450	<i>Good fit</i>
5	NFI	$NFI \geq 0$ dan ≤ 1	0,91	<i>Good fit</i>
6	TLI/NNFI	$TLI/NNFI \geq 0,90$	0,96	<i>Good fit</i>
7	CFI	$CFI \geq 0,90$	0,97	<i>Good fit</i>
8	AGFI	$AGFI \geq 0,90$	0,87	<i>Marginal fit</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Lisrel 8.70, diolah.

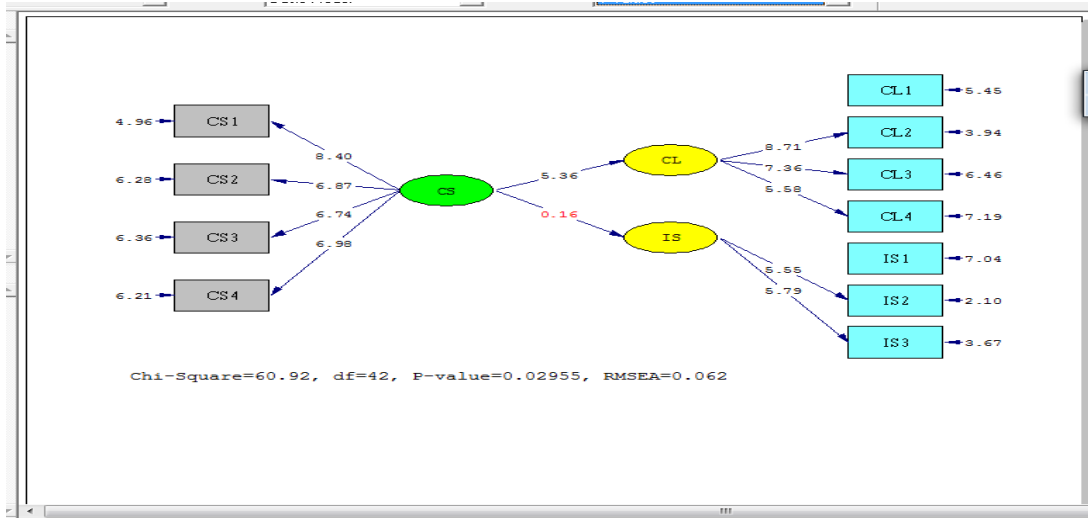


Gambar 2

Estimates Model Struktural
Sumber: Lisrel 8.70

Untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis, dapat dilakukan dengan melihat nilai t (t -value). Nilai t -signifikan apabila $\geq 1,96$ yang berarti hipotesis dapat terdukung. Apabila, nilai $t < 1,96$ maka tidak signifikan dan hipotesis tidak terdukung. Uji hipotesis juga dapat dilakukan dengan melihat gambar T -Value, angka

yang dibawah 1,96 berarti tidak signifikan (hipotesis tidak terdukung).



Gambar 3

T-Value Model Struktural
Sumber: Lisrel 8.70

Melalui pengujian *T-value*, dapat diketahui hasil pengujian hipotesis yang terdapat pada tabel 12. Dalam tabel tersebut dapat dilihat bahwa terdapat satu hipotesis yang tidak terdukung yaitu hipotesis 2 serta terdapat satu hipotesis yang terdukung yaitu hipotesis 1.

Tabel 12
Evaluasi terhadap Koefisien Model Struktural dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Path	<i>T-value</i>	Keterangan
H1	CS→CL	5.36	Signifikan (Hipotesis terdukung)
H2	CS→IS	0.16	Tidak Signifikan (Hipotesis tidak terdukung)

Sumber: Hasil Pengolahan Lisrel 8.70, diolah.

Besarnya pengaruh antar variabel dilakukan dengan cara melihat nilai *estimate* pada tiap jalur. Semakin besar nilai, hal ini memperlihatkan bahwa pengaruh semakin besar antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Berikut merupakan penjelasan mengenai hasil evaluasi besarnya nilai estimate dalam kaitannya dengan hipotesis penelitian.

Tabel 13
Evaluasi terhadap Besarnya Pengaruh dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Path	<i>Estimate</i>
H1	CS→CL	0.60
H2	CS→IS	0.02

Sumber: Hasil Pengolahan Lisrel 8.70, diolah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat ditarik konklusi ada pengaruh antara *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* di BCA cabang Darmo Surabaya dan tidak ada pengaruh antara *Customer Satisfaction* terhadap *Intention to Switch* di BCA cabang Darmo Surabaya. Konklusi ini dapat diambil karena nilai uji t value *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* menunjukkan nilai di atas 1,96 yaitu sebesar 5,36 yang berarti hipotesis tersebut terdukung. Sedangkan berdasarkan nilai uji t value *Customer Satisfaction* terhadap *Intention to Switch* menunjukkan nilai dibawah 1,96 yaitu sebesar 0,16 yang berarti hipotesis tersebut tidak terdukung. Dengan melihat penelitian di atas, BCA sebaiknya tetap mempertahankan pelayanannya kepada nasabah serta ditingkatkan untuk ke depannya dan lebih fleksibel lagi dalam melayani nasabah serta memberikan tawaran kompetitif untuk nasabahnya.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan penelitian ini menciptakan peluang untuk penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.

1. Objek penelitian ini hanya terbatas pada lingkup kota Surabaya
2. Jumlah sampel responden cukup sedikit yaitu sekitar 120 Kuesioner
3. Penelitian ini tidak melihat konteks yang berbeda seperti jumlah bank di Indonesia dibandingkan dengan jumlah bank di negara lain

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. M., dan Parvez, N., 2009, Impact Of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer`s Loyalty, *ABAC Journal*, Vol. 29(1) : 24-38.
- Allred., T. A., dan Addams., H.L., 2000, Service Quality at Banks and Credit Unions: What Do Their Customers Say, *Manage Serv. Quality*, 10(1),52-60.
- Almossawi, M., 2001, “Bank Selection Criteria Employed By College Students In Bahrain: An Empirical Analysis”, *International journal Of Bank Marketing*, Vol.19, pp 115-125.
- Anderson, E.W., dan Sullivan, M. W., 1993, The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction For Firm., *Mark.Sci*, 12, 125-143.
- Andriyani, D., 2012, Pengaruh Pergerakan Suku Bunga Tabungan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Berinvestasi, *UG Journal*, Vol.6(5): 25-29.
- Anthanasopoulos, A., Gounaris, S., dan Sathakopoulos, V., 2001, Behavioral Responses to Customer Satisfaction; An Empirical Study, *European. J. Mark.*, 35(5/6), 687-707.
- Bae, Y.H., 2012, *Three Essays On The Customer Satisfaction-Customer Loyalty Association*, Disertasi, Universitas of Iowa.
- Bleomer,J., dan Ruyter, K.D., 1998. On The Relationship Between Store Image, Store Satisfaction and Store Loyalty. *Eur.J.Mark.*, 32(5/6), 499-513.
- Bowen, J.T., dan Chen, S.L., 2001, The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 213-217.

- Cronin, J.J., dan Taylor, S.A., 1992. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *J.Mark*, 56, 55-68.
- Dick, A.S dan Basu, K., 1994, "Customer Loyalty :Toward an Integrated Conceptual Framework", *Journal of The Academy Marketing Science*, Vol.22, p.99-113.
- Evan, J.R., dan Lindsay., W.M., 1996, *The Management and Control of Quality.*, St.Paul : West Publishing Company.
- Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model Rumit dalam Penelitian Untuk Tesis, Magister, Disertasi*, Universitas Diponegoro.
- Fornell, C., 1992, A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience., *J.Mark*, 56, 6-21.
- Gerrard, P., dan Cunningham, J.B., 1997, Islamic Banking : A Study In Singapore. *Int.J.Bank.Mark.*, 15(6), 204-216.
- Gillmore, A., dan McMulland, R., 2007, *Can Customer Loyalty Be Bought? The Effect Of Cost On Customer Loyalty Development*, Paper, University of Ulster
- Griffin, J., 1995, *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*, New York, Lexington Books.
- Guiltinan, J.P., Paul, G.W., dan Madden, T.J., 1997, *Marketing Management: Strategies and Programs.*, New York: McGraw-Hill.
- Hair, J. F. Jr., W.C. Black., B.J. Babin., dan R.E. Anderson, 2010, *Multivariate Data Analysis: A global perspective*, 7th edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Herlistyani, L., Winoto, Y., dan Rohman, A. S., 2012, Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Informasi Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Kepada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, Vol. 1(1).
- Hurriyati, R., 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta.
- Kandampully, J., dan Duffy, R. 1999. Competitive Advantage Through Anticipation, Innovation and Relationships. *Management Decision*, 37(1), 51-56.
- Khan, M. A., Raheel, M, Chughtai, M.S., Raza, S., dan Rizwan, M., 2014, Attitude of People Toward Retention and Switching: A Study Based on Nestle Brand In Pakistan, *Journal Of Public Administration and Governance*, Vol. 4(2).

- Kotler, P., dan Armstrong, G., 2006, *Principles Of Marketing* , 11th Edition, Pearson, Prentice Hall.
- Levesque, T., dan Mc Dougall, G.H.G, 1996, Determinants of Customer Satisfaction in Retail Banking. *Int.J.Bank. Mark.*, 14(7),12-20.
- Malik, M. E., Ghafoor, M M, dan Iqbal, H. K., 2012, Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector. *International Journal of Business and Social Science* 3(23),123-129.
- McMulland, R., dan Gilmore, A., 2008, Customer Loyalty : An Empirical Study, *European Journal of Marketing*, Vol. 42(9/10) : 1084 -1094.
- Mohsan, F., Nawaz, M. M., Khan, M. S., Shaukat, Z., dan Aslam, N., 2011, Impact Of Customer Satisfaction on Customer loyalty and Intention to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan, *International Journal of Business and social Science*, Vol. 2(16).
- Musanto, T., 2004, Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6(2):123-136.
- Nebert, M. K., David, S, C., Gloria, T.J., Irene, C.J., 2013, Shoe Shine Entrepreneurs Social Responsibility Practices on Loyalty in Eldoret Town Kenya, *International Journal Of Business and Management*, Vol. 8(23).
- Nelloh, L.A.M., dan Liem, C.C.P., 2011, Analisis Switching Intention Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos Di Siwalankerto: Perspektif Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.6(1):22-31.
- Oliver, R., 1980., A Cognitive Model of The Antecedent and Consequences of Satisfaction Decision., *J.Mark*,17(10),460-469.
- Oliver, R.L., 1996, *Satisfaction, Behavioral Perspective On The Consumer*, Mc Graw Hill.
- Oliver, R.L., 1997., *Satisfaction, Behavioral Perspective On The Consumer*, Mc Graw Hill.
- Oliver, Richard L., 1999, “Whence Consumer Loyalty?,” *Journal of Marketing*, 63, 33-44
- Peter, J., dan Olson, Jerry C., 1993. *Consumer Behavior and Marketing Strategy Second Edition*.New York:John Willey & Son.
- Poku, K., Zakari, M., dan Soali, A., 2013, Impact of Service Quality on Customer Loyalty in The Hotel Industri: An Empirical Study of Ghana, *International Review Of Management and Business Research*, Vol. 2(2).
- Sabir, R. I., Irfan, M., Sarwar, M. A., Sarwar, B., dan Akhtar, N., 2013, The Impact Of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on

Customer's Loyalty: An Evidence Telecommunication Sector, *Journal of Asian Business Strategy*, Vol. 3(11) : 306-314.

Sekaran, U., dan Bougie, R., 2013, *Research Methods For Business*, 6th Edition, Wiley.

Selnes, F.,1993, An Examination Of The Effect Of Product Performance On Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty, *Eur.J.Mark*, 27(9),19-35.

Setiawan, A.L., 2014, Analisa – Analisa Pengaruh Service Quality dan Customer Relationship Management Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening di Kampung Kidz, Batu, Jawa Timur, *Journal Manajemen Pemasaran Petra*.

Simamora, E.R., 2007, *Analisis Faktor – Faktor yang Membangun Kepuasan Nasabah Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah*, Tesis, Universitas Diponegoro.

Sivadas, E., dan Baker-Perwitt,J.L., 2000, An Examination of The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction., and Store Loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 28(2),73-82.

Wang, W. C., Chen, Y, C., dan Chu, Y.C., 2009, A Study of Customer Loyalty Management in Chinese Retail Supermarket , *International Journal Of Business and Management*, Vol. 4(11).

Warjiyo., Perry., 2006, Stabilitas Sistem Perbankan dan Kebijakan Moneter: Keterkaitan dan Perkembangannya di Indonesia, *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan* 8(3):429-454.

Yakin, I., 2013, *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Mutual Benefit Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Jatim Kantor Cabang Bangkalan*, Skripsi, Universitas Brawijaya.

Ziethaml, V.A.,Berry,L.L., dan Parasuraman,A., 1996, The Behavioral Consequences Of Service Quality., *J.Mark.*,60(2), 31-46.

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/07/23/091209626/Mengukuhkan.BCA.Sebagai.Bank.Swasta.Terkemuka> diunduh pada tanggal 20 Oktober 2014

<http://keuangan.kontan.co.id/news/di-2014-bca-tambah-50-kantor-cabang-dan-4.600-atm> diunduh pada tanggal 20 Oktober 2014

<http://swa.co.id/business-update/bca/bca-raih-kembali-penghargaan-service-quality-award> diunduh pada tanggal 21 Oktober 2014