PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA AJB BUMIPUTERA CABANG SETIABUDI BANDUNG

Oleh :
Ginanjar Pratama
21216921

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Abstrak

Kebutuhan akan jasa asuransi kini makin dirasakan,baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi resiko yang mendasar seperti resiko kematian, atau dalam menghadapi resiko atas harta benda yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung. Fenomena yang terjadi adalah Menurunnya jumlah nasabah mengindikasikan Masih minimnya loyalitas nasabah untuk mengunakan kembali jasa asuransi AJB Bumiputera. Hal ini berdasarkan survey awal bahwa belum optimalnya Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada nasabah serta Reputasi dari perusahaan menurun karena adanya masalah dengan nasabah sehingga tidak bisa menjaga Citra Perusahaan yang sudah dibangun sekian lama.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung, pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung dan pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung.

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan verifikatif.Metode penarikan sampel yang digunakan terdiri dari populasi dan sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling* yang terdiri dari 85 orang responden.Metode verikatif yang digunakan adalah Importance Performance Analysis (IPA), Regresi Berganda, Koefisien Determiansi, Korelasi dan Uji Hipotesis untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung baik secara parsial maupun simultan, dengan menggunakan alat bantu software yaitu *SPSS for Windows 17*

Hasil penelitian Fhitung (151.339) > Ftabel (3,11) maka H0 ditolak dan H1 diterima, Artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung.Yang artinya adanya hubungan yang searah.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

The need for insurance services is now increasingly perceived, by both individuals and businesses in Indonesia. Insurance is a financial means in the order of domestic life, both in the face of fundamental risks such as risk of death, or in the face of risks to property owned. This study aimed to analyze the influence of service quality and corporate image on customer loyalty in AJB Bumiputera Branch Setiabudi Bandung. The phenomenon that occurs is the decline in the number of customers still indicate a lack of customer loyalty to opt-in AJB's services. It based on an initial survey that the service quality provided to customers was not optimal as well as the reputation of the company decreased due to problems with the customer so it can not maintain the Company Image which was already built for so long.

The purpose of this study was conducted to determine the effect of service quality on customer loyalty in AJB Bumiputera Branch Setiabudi Bandung, the influence of corporate image on customer loyalty in AJB Bumiputera Branch Setiabudi Bandung and influence service quality and corporate image on customer loyalty in AJB Bumiputera Branch Setiabudi Bandung.

This research method using descriptive method of verification approach.The sampling methodology which is used in this research is consisting of the sample and population. The sampling technique which is used is simple random sampling consisted of 85 responders. Verification method which is used is Importance Performance Analysis (IPA), Multiple Regression, Coefficient of Determination, Correlation and Hypothesis Test to determine the effect of service quality and corporate image on customer loyalty at AJB Bumiputera branch Bandung Setiabudi either partially or simultaneously, using the tools of the software SPSS for Windows 17

The results of research FCount (151 339)> FTable (3.13) then H0 and H1 accepted, means that there is influence between service quality and corporate image on customer loyalty in AJB Bumiputera Branch Setiabudi Bandung. which means there is the existence of a direct relationship.

***Keywords**: Service Quality, Corporate Image, Customer's Loyalty.*

PENDAHULUAN

Kebutuhan akan jasa asuransi kini makin dirasakan,baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi resiko yang mendasar seperti resiko kematian, atau dalam menghadapi resiko atas harta benda yang dimiliki. Demikian pula dunia usaha dalam menjalankan kegiatannya menghadapi berbagai resiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya.

Dengan mulai membaiknya iklim dan minat masyarakat dalam bidang asuransi mengakibatkan tingkat persaingan di dunia asuransi menjadi semakin ketat. .Strategi pemasaran merupakan salah satu senjata bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan pasar. salah satu strategi pemasaran yang diterapkan yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas agar nasabah merasa puas yang nantinya diharapkan menjadi nasabah yang loyal.

Mengenali karakteristik pasar dan struktur pasar sangatlah menguntungkan bagi perusahaan untuk dapat tetap bersaing dan survive (kelangsungan hidup perusahaan). Kelemahan dan keunggulan perusahaan hendaknya dianalisis sehingga menjadi sebuah titik tolak yang kuat buat perusahaan dalam mengambil keputusan yang efektif dan efisien serta untuk memperkuat posisinya dari para pesaing yang ada.

Faktor yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih jasa asuransi selain kualitas pelayanan yaitu citra perusahaan dari penyedia jasa asuransi, karena citra perusahaan merupakan persepsi nasabah terhadap kualitas yang diberikan perusahaan berdasarkan pengalaman.

AJB Bumiputera 1912 merupakan salah satu perusahaan asuransi nasional yang terbesar dan tertua di Indonesia yang menganut bentuk badan usaha bersama telah membawa pengalaman 103 tahun untuk terus melayani rakyat Indonesia dengan menawarkan produk asuransi yang beragam , berkualitas dan terpercaya. Pernah menjadi market leader di industri perasuransian namun belakangan ini perusahaan menghadapi masalah yang diantaranya pernah mengalami masalah dalam hal pelayanan yang diantaranya pembayaran klaim tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan hal ini berdampak terhadap persepsi nasabah kurang baik terhadap citra perusahaan.

Di era globalisasi ini sekarang AJB Bumiputera dihadapkan dengan tingkat persaingan yang tinggi dengan datangnya kompetitor di dunia perasuransian diantaranya Perusahaan AXA Insurance, Prudential, Manulife, Allianz, Commenwealth Life, Avrist, Jiwasraya, MNC Life, Mega Jiwa, Reliance Life, Capital Life,Tokio Marine , BCA life, dan sebagainya. Banyaknya pesaing dibidang perasuransian membuat setiap perusahaan asuransi berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik terhadap nasabah dan terus menumbuhkan citra positif agar terciptanya loyalitas nasabah.

Agar AJB Bumiputera dapat bertahan dan berkembang dengan baik maka harus dapat menciptakan kemampuan bersaing baik dalam hal jenis produk, dalam memberikan pelayanan dan membangun Citra Perusahaan yang baik dibenak konsumen maupun publik. Membangun Citra Perusahaan yang baik merupakan faktor penting dalam mencapai pemasaran jangka panjang sehingga dapat terciptanya loyalitas nasabah yang baik.

Pada dasarnya setiap perusahaan ingin menciptakan dan mempertahankan pelanggan. selain membagun citra positif, harus memberikan kualitas pelayanan terbaik. Dengan adanya kualitas pelayanan yang lebih baik akan memberikan nilai lebih kepada nasabah dan membangun kepercayaan yang nantinya berpotensi menjadikan nasabah loyal terhadap perusahaan.ketatnya persaingan dibidang perasuransian dan banyaknya pesaing yang membuka kantor cabang membuat AJB Bumiputera sulit untuk mempertahankan nasabah.

Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan nasabah mengenai kualitas pelayanan AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung
2. Bagaimana tanggapan nasabah mengenai citra perusahaan pada AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung
3. Bagaimana loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap loyalitas Nasabah pada AJB Bumiputera Setiabudi Bandung baik secara parsial maupun Simultan

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan nasabah mengenai Kualitas Pelayanan pada AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan nasabah mengenai Citra Perusahaan pada AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung
3. Untuk mengetahui Loyalitas Nasabah pada AJB Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada AJB Bumiputera cabang Setiabudi baik secara parsial maupun simultan.

Kegunaan Penelitian

Penulis berharap dari penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak yang berhubungan dengan topik yang penulis angkat, dan diharapkan bisa menjadi referensi untuk menghasilkan data yang lebih sempurna lagi.

Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis hasil penelitian ini adalah:

Bagi pihak perusahaan

1. Penulis berharap dari penelitian ini bermanfaat bagi Perusahaan yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menjalankan strategi pemasaran.
2. Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat untuk perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan.

Kegunaan Akademis

Bagi perkembangan ilmu manajemen

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan buat kita dalam penelitian selanjutnya mengenai masalah yang berkaitan dengan citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Dan diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.

Bagi penulis

Bagi penulis, penelitian ini merupakan kesempatan untuk bisa mempraktekan ilmu yang diperoleh selama kuliah dan mengaplikasikannya dan bisa mengembangkannya lagi ketika bekerja kelak dan bisa menyerap pengetahuan-pengetahuan yang ada di luar sana. Selain itu, menambah pengetahuan dan wawasan tentang manajemen pemasaran tentang pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

Bagi peneliti lain

Semoga hasil penelitian ini menjadi sumber informasi yang berguna bagi rekan-rekan yang membahas masalah yang sama dan diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik dari yang sekarang.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kajian Pustaka

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2000:329) dalam Valdo J. Umboh dan Silvya L. Mandey (2014:655) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang Nampak jelas maupun yang tersembunyi.

Tjiptono (2007:54) dalam Richie Wungow (2013:91) definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Zeithml dan Bitner (2009) dalam Thomas S.Kaihatu (2012:202) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi mengenai kualitas pelayanan yang diantaranya (1)*Reliability*, (2)*Responsiveness*, (3)*Assurance*, (4)*Emphaty*, (5)*Tangibles*, (6)*Emphaty*, *Tangibles*,

Citra Perusahaan

Menurut Adbel-Salam et al. (2010) dalam Suratno (2016:3) Citra Perusahaan didefinisikan sebagai berikut: kesan secara umum yang teritinggal dibenak pelanggan sebagai dari hasil kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman dengan perusahaan yang disimpan dalam ingatan.

Menurut Adona (2006:107) dalam Selvy Normasari (2013:3) Citra Perusahan didefinisikan sebagai berikut : kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah

sebuah perusahaan di mata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman mereka sendiri.

Menurut Harrison dalam Novi Nur Indah Sari (2014:5) informasi lengkap mengenai citra perusahaan mempunyai 4 elemen, yaitu: (1)*Personality*, (2) *Reputation*, (3)*Value*, (4)*Corporate Identity*,.

Loyalitas Pelanggan

Hadiyati,(2010) dalam I Gede Yogi (2015:710) mendefinisikan loyalitas nasabah merupakan sebuah usaha nasabah untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepercayaan dan kebanggan, yang kuat terhadap suatu produk.yang dikuti pembelian ulang.

Griffin, (2005) dalam Wurry Indahsari Putri, (2014:143) mengungkapkan bahwa pelanggan yang loyal memiliki karakteristik melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, menunjukan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Menurut **Hermawan Karta Jaya (2013)** dalam **Ade Titi Nifita (2010:160)** mengatakan bahwa terdapat 4 indikator loyalitas, yaitu:(1)Dimensi Transaction, (2)Dimensi Relationship, (3)Dimensi partnership, (4)Dimensi Ownership,

Hipotesis Utama :

- Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung.

Sub Hipotesis :

- H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung.

  H2 : Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung.

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul : " Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada AJB Bumiputera Cabang Setiabudi Bandung ".

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiono, (2009:35) menyatakan bahwa definisi metode deskriptif adalah sebagai berikut: "Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui

keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variable atau lebih (variable yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variable itu dengan variable yang lain. ” Sedangkan metode penelitian verifikatif menurut Mashuri (2008:45) menyatakan bahwa, “ Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.”

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2009:115), populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah nasabah AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung. Berdasarkan informasi dari pihak AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung diketahui bahwa populasi rata–rata jumlah nasabah pada bulan November 2015 sampai bulan Oktober 2016 adalah sebanyak 384 orang.

Menurut (Umi Narimawati, 2008 : 73), menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari populasi (contoh), untuk dijadkan untuk dijadkan sebagai bahan penelaahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (*reprensentatitive*) terhadap populasinya.”

Jadi dapat diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 79,33 responden dan dibulatkan menjadi 85.

Teknik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan (Field Research), dilakukan dengan cara peninjauan langsung ke perusahaan untuk mendapatkan data primer diperoleh dari AJB Bumiputera cabang Setiabudi.
pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. **Observasi (pengamatan)**
   Melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan yang berhubungan dengan variabel yang diteliti.
b. **Wawancara,**
   yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang di bahas.
c. **yaitu teknik**
   pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Penulis dapat mengadakan hubungan langsung dengan pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan penelitian.

Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2013:363) yaitu derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Rumus validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus *Korelasi Product Moment.*

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Tangible	1	0,420	0,17	Valid
		2	0,299	0,17	Valid
		3	0,338	0,17	Valid
	Realibility	4	0,588	0,17	Valid
		5	0,650	0,17	Valid
	Responsiveness	6	0,596	0,17	Valid
		7	0,637	0,17	Valid
		8	0,566	0,17	Valid
	Assurance	9	0,630	0,17	Valid
		10	0,604	0,17	Valid
	Empathy	11	0,680	0,17	Valid
		12	0,426	0,17	Valid
		13	0,263	0,17	Valid
		14	0,370	0,17	Valid
Citra Perusahaan (X2)	Personality	15	0,617	0,17	Valid
	Reputation	16	0,695	0,17	Valid
	Value	17	0,720	0,17	Valid
	Corporate Identity	18	0,447	0,17	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	makes regular repeat purchases	19	0,796	0,17	Valid
	purchases across product and service line	20	0,662	0,17	Valid
	refers other	21	0,551	0,17	Valid
	demonstrates on immunity to the full of the competition	22	0,335	0,17	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:3), reliabilitas adalah : "Derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu".Tehnik yang digunakan dalam pengujian ini dillakukan terhadap item pertanyaan yang sudah valid. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah Split Half Method (spearman-Brown Correlation).

Hasil Uji Reliabilitas

Varibael	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,727	0,21	Realibel
Citra Peruasahaan (X2)	0,733	0,21	Realibel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,709	0,21	Realibel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Kinerja Kualitas Pelayanan

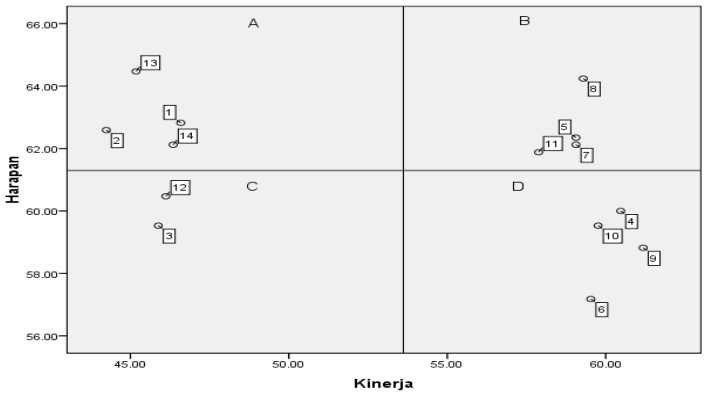
Presentase total skor jawaban responden pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 53.61 % berada pada interval 52.01 % - 68.00 % hasil tersebut adalah hasil keselurauhan jawaban responden dari setiap butir pernyataan pada indikator Kinerja Kualitas Pelayanan, Dengan demikian bahwa Kinerja Kualitas Pelayanan pada AJB Bumiputera pada kategori Cukup Baik

Harapan Kualitas Pelayanan

Presentase total skor jawaban responden pada variable Harapan Kualitas Pelayanan sebesar 61.29 % berada pada interval 52,01% - 68,00 % hasil tersebut adalah hasil keseluruhan jawaban responden dari setiap butir pernyataan pada indikator Harapan Kualitas Pelayanan, Dengan demikian bahwa Kinerja Kualitas Pelayanan pada AJB Bumiputera pada kategori Cukup Baik.

IPA (*Importance Performance Analysis*)

Importance Performance Analysis terdiri atas analisis kuadran dan analisis kesenjangan (gap).Analisis kuadran berfungsi untuk menunjukan hubungan anatara penilaian Kinerja dan tingkat kepuasan.



Gambar 4.4

Diagram Kurtesius Kinerja Dan Harapan Kualitas Layanan

Berdasarkan Gambar 4.4 diatas, maka faktor Faktor yang berkaitan Kualitas layanan di AJB BUMIPUTERA dikelompokan dalam masing-masing Kuadran, adalah sebagai berikut :

1. Kuadran A

Kuadran A dapat dijelaskan bahwa kinerja di Bumi Putera masih rendah namun Harapan Nasabah Sangat tinggi.Adapun yang masuk dalam kuadran ini adalah menjadi prioritas perbaikkan.

Indikator	No Kuesioner	Pernyataan
Reliability	1	Dapat diandalkan dalam menangani dan melayani kebutuhan nasabah
	2	Proses pengajuan klaim sesuai dengan waktu yang dijanjikan
Tangibles	13	Kebersihan ruang kantor dan kenyamanan
	14	Lokasi AJB Bumiputera cabang Setiabudi strategis dan mudah dijangkau

2. Kuadran B

Dalam kuadran B ini dijelaskan bahwa kinerja dalam AJB Bumiputera dan Harapan Pelanggan Sangat tinggi.Maka prioritas perusahaan dalam mempertahankan, berikut yang termasuk dalam kuadran ini.

Indikator	No Kuesioner	Pernyataan
Responsiveness	5	Dapat diandalkan dalam menangani dan melayani kebutuhan nasabah
Assurance	7	Karyawan secara konsisten mampu bersikap sopan dan ramah

	8	Karyawan selalu menawarkan bantuan kepada nasabah Memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi
Tangibles	11	Perlengkapan sarana dan ruang pelayanan

3. Kuadran C

Kuadran C menjelaskan bahwa kinerja di bumiputera sangat rendah namun harapan pelangganyapun rendah.berikut yang termasuk dalam kuadran ini :

Indikator	No Kuesioner	Pernyataan
Tangibles	12	Tempat parkir yang luas
	13	Kebersihan ruang kantor dan kenyamanan

4. Kuadran D

Kuadran D ini menjelaskan bahwa kinerja di Bumiputera Sangat Tinggi namun harapan pelanggan sangat rerndah. Berikut yang termasuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

Indikator	No Kuesioner	Pernyataan
Responsiveness	4	Kesiapan untuk merespon permintaan nasabah
Assurance	6	karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya terhadap nasabah
Emphaty	9	Karyawan selalu menawarkan bantuan kepada nasabah

Citra Perusahaan

Presentase total skor jawaban responden pada variabel Citra Perusahaan sebesar 48.82 % berada pada interval 36.01% - 52.00 % hasil tersebut adalah hasil keselurauhan jawaban responden dari setiap butir pernyataan pada indikator Citra Perusahaan, Dengan demikian bahwa Citra Perusahaan pada Ajb Bumiputera pada kategori Rendah.

Loyalitas Pelanggan

Presentase total skor jawaban responden pada variabel Loyalitas Nasabah sebesar 48.29 % berada pada interval 36.01%-52.00% hasil tersebut adalah hasil keselurauhan jawaban responden dari setiap butir pernyataan pada indikator Loyalitas Pelanggan, Dengan demikian bahwa Loyalitas Pelanggan pada Ajb Bumiputera pada kategori Rendah.

Analisi Verifikatif

Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini pengujianya menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antara variabel bebas dengan dengan terikat penelitian.Sesuai dengan judulnya yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Ajb Bumiputera cabang Setiabudi Bandung.

Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.012	.564		.022	.982
	X1	.093	.022	.282	4.253	.000
	X2	.643	.063	.680	10.278	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diatas maka dapat diketahui nilai konstanta dan koefisien regresi maka dapat dimasukan kedalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2.429 + 0{,}293 + 0{,}215$$

Berdasarkan persamaan linier diatas maka nilai konstanta adalah sebesar 0.012, Kualitas Pelayanan sebesar 0.093 dan Citra Perusahaan sebesar 0,643

0.012 artinya : jika variabel Loyalitas Nasbah tidak dipengaruhi varibael bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Citra Citra Perusahaan maka kedua variabel bebas akan bernilai 0,012 maka rata-rata nilai Loyalitas Nasbah sebesar 0,012

0.093 artinya : untuk setiap pertambahan nilai Kualitas Pelayanan sebesar satuan maka diramalkan akan menyebabkan meningkatnya nilai Loyalitas Nasabah sebesar 0,093.Hal tersebut berarti Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang searah dengan Loyalitas Nasabah.

0.643 artinya : untuk setiap pertambahan nilai Citra Perusahaan sebesar satuan maka diramalkan akan menyebabkan meningkatnya nilai Loyalitas Nasabah sebesar 0,643..Hal tersebut berarti Citra Perusahaan memiliki hubungan yang searah dengan LoyalitasNasabah.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters[a,,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.01775573
Most Extreme Differences	Absolute	.154
	Positive	.154
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		1.417
Asymp. Sig. (2-tailed)		.036

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan uji normalitas diketahui bahwa nila *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,036 lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribus normal

Uji Multikolineritas

Tujuan Uji Multikolineritas menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independent).Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable bebas(tidak terjadi multikolineritas).

Uji Multikolineritas

Coefficients[a]

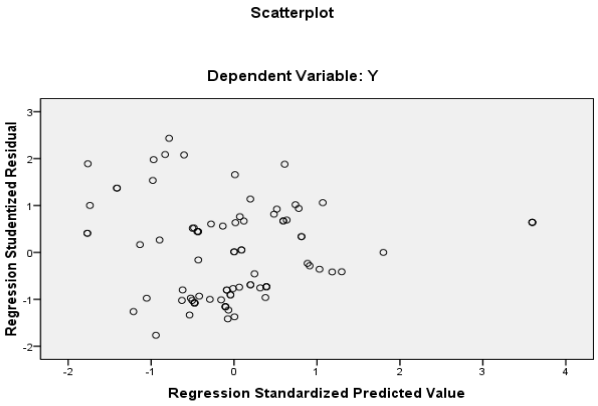
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.012	.564		.022	.982		
	X1	.093	.022	.282	4.253	.000	.593	1.686
	X2	.643	.063	.680	10.278	.000	.593	1.686

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan uji multikolineritas diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolineritas antar variabel independent dalam model regresi karena nilai tolerance (0,593) > 0,1 dan nilai VIF(1.686) < 10.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi



Gambar 4.5

Uji Hetersokedastisitas

Berdasarkan uji heteroskedastisitas diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas.sehingga dapat disimpulkna bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Korelasi

Analisis Korelasi digunakan untuk mengetahui kuatnya tidaknya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, adapun yang akan diuji adalah sebagai berikut:

Korelasi Variabel X1 dan variable Y

Dalam hal ini penulis menggunakan alat bantu yaitu sotfware Spss for Windows 17.Berikut yang akan diuji adalah Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah. Adapun hasilnya sebagai berikut :

Korelasi Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Nasabah

Correlations

		X1	Y
X1	Pearson Correlation	1	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	85	85
Y	Pearson Correlation	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	85	85

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji Korelasi diatas diketahui nilai korelasi untuk Varibale X1 dan Varibael Y adalah sebesar 0,716.Hal ini menunujukan bahwa terdapat korelasi cukup antara Varibael X1 dan Variabel Y.

Korelasi Variabel X2 dan variable Y

Dalam hal ini penulis menggunakan alat bantu yaitu sotfware Spss for Windows 17. Berikut yang akan diuji adalah Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah. Adapun hasilnya sebagai berikut :

Korelasi Variabel X2 dan variable Y

Correlations

		X2	Y
X2	Pearson Correlation	1	.860**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	85	85
Y	Pearson Correlation	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	85	85

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel uji korelasi dari output diatas diketahui nilai korelasi untuk Varibale X1 dan Varibael Y adalah sebesar 0,860..Hal ini menunujukan bahwa terdapat korelasi tinggi antara Varibael X2 dan Variabel Y.

Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui presentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukan dengan oleh besarnya koefisien dterminasi (R^2). .Adapaun hasil dari analisis koefisien determinasi

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.887[a]	.787	.782	1.03009

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan uji koefisien determinasi diatas bahwa Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan memberikan pengaruh sebesar 0,887 atau 88 % terhadap Loyalitas Nasabah.Sedangkan sisanya sebesar 0,12 atau 12 % merupakan variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

Sedangkan untuk melihat pengaruh koefisien determinasi antara inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian secara parsial dengan mengalikan jumlah *Standard Coefficient* dengan *Zero-Order* yang mana hasilnya adalah sebagai berikut :

Koefisien Determinasi Secara Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.012	.564		.022	.982			
	X1	.093	.022	.282	4.253	.000	.716	.425	.217
	X2	.643	.063	.680	10.278	.000	.860	.750	.524

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel uji koefisien dterminasin secara parsial diatas hasil koefisien determinasi secara parsial dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah secara parsial adalah :

= 0,282 X 0.716 = 0,30 atau 30 %

Sedangkan besarnya pengaruh Citra Perusahaan dengan Loyalitas Nasabah secara parsial adalah :

= 0,680 X 0,860 = 0,58 atau 58 %

Maka total keseluruhan pengaruh inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian secara bersama- sama adalah sebesar 0,887 atau 88 % yang mana jumlah tersebut sesuai dengan nilai koefisien dterminasi.

Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada AJB Bumiputera cabang Setabudi Bandung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-hitung.

maka H_0yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas yaitu Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan ditolak dan sebaliknya.

Uji F (simultan)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	321.168	2	160.584	151.339	.000[a]
	Residual	87.009	82	1.061		
	Total	408.177	84			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel uji simultan diatas pengujian hipotesis secara simultan dapat diketahui bahwa Fhitung sebesar 151.339 nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai Ftabel. Dengan α = 0,05,db1 = 2 dan , db2=77 dapat diketahui nilai Fhitung (151.339) > Ftabel (3,11) maka H0 ditolak dan H1 diterima, Artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama atau simultan yang signifikasn antara variable X1 dan X2 terhadap varibael Y.

Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut:

Kriteria pengujian :

H0 ditolak apabila thitung < dari ttabel (α = 0,05)

Kriteria Penarikan Pengujian:

Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria peneerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika thitung ≥ ttabel maka H0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara

variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

b. Jika thitung ≤ ttabel maka H0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Uji Hipotesis X1 Terhadap Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.012	.564		.022	.982
	X1	.093	.022	.282	4.253	.000
	X2	.643	.063	.680	10.278	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengolahan seperti yang terdapat pada tabel 4.26 dapat dilihat nilai t_{hitung} dari variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 13.857 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.karena t_{hitung} (4.253) lebih besar dari t_{tabel} (1.66) maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak ho sehingga h_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas Pelanggan.

Uji Hipotesis X2 Terhadap Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.012	.564		.022	.982
	X1	.093	.022	.282	4.253	.000
	X2	.643	.063	.680	10.278	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengolahan seperti yang terdapat pada tabel 4.27 dapat dilihat nilai t_{hitung} dari variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 10.278 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.karena t_{hitung} (10.278) lebih besar dari t_{tabel} (1.66) maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak ho sehingga h_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari Citra Perusahaan terhadap loyalitas Nasabah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan bahwa variable Kinerja kualitas pelayanan dalam kategori baik.Hal ini deketahui dari indikator *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empaty* yang secara keseluruhan menurut tanggapan responden berada dalam kategori Cukup baik. Hal ini karena kinerja kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan Nasabah. Sedangkan hasil penelitian secara keseluruhan bahwa variable Harapan kualitas pelayanan dalam kategori Cukup Baik.Hal ini deketahui dari indikator *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empaty* yang secara keseluruhan menurut tanggapan responden berada dalam kategori Cukup Baik. Hal ini disebabkan karena Harapan Nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sangat tinggi maka perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.
2. Hasil penelitian secara keseluruhan bahwa variable Citra Perusahaan dalam kategori cukup.Hal ini deketahui dari indikator *Personality, Reputation, Value, Corporate Identity* yang secara keseluruhan menurut tanggapan responden berada dalam kategori Rendah. Hal ini disebabkan karena Citra Perusahaan yang dimiliki belum bisa meyakinkan nasabah untuk berasuransi
3. Hasil penelitian secara keseluruhan bahwa variable Loyalitas Nasabah dalam kategori rendah.Hal ini deketahui dari indicator Melakukan pembelian secara teratur, Melakukan pembelian disemua lini produk atau jasa merekomendasikan produk lain menunjukan kekebalan dari daya tarik produk pesaing yang secara keseluruhan menurut tanggapan responden berada dalam kategori rendah. Hal ini dikarenakan jumlah nasabah Masih minimnya loyalitas nasabah untuk mengunakan kembali jasa asuransi AJB Bumiputera.
4. Secara simultan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pelanggan, hal ini berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah. Secara Parsial adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah berpengaruh signifikan. Variabel Kualitas Pelayanan yang memberi pengaruh besar sedangkan yang terkecil adalah Citra Perusahaan

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh AJB Bumiputera cabang Setiabudi Bandung pada dasarnya sudah baik, namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar dapat meningkatkan layanan pada perusahaan yang diantaranya proses pengajuan klaim harus sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

2. Agar dapat menghadapi persaingan perusahaan harus memperhatikan citra perusahaan yang sudah dibangun lama
3. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, perusahaan hendaknya memberikan pelayanan yang memudahkan nasabah seperti memberikan layanan pada pengguna smart phone yang dapat mengunduh aplikasi layanan pada play store mengenai informasi produk, keluhan, maupun proses transaksi.
4. Dilihat dari keseluruhan variabel yang telah diteliti yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah secara keseluruhan memiliki keterkaitan dan pengaruhnya cukup kuat dan signifikan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

Ah Fahyumi, Endang Tjahjaningsih:2015, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepuasan terhadap Kepercayaan dan Dampaknya terhadap Loyalitas (Studi kasus pada klien asuransi Pudensial Pru Vision Kabupaten Pati)*. Prosiding seminar nasional multi disiplin ilmu & call for pape Unisbank (sendi-u) ISBN: 978-979-3649-81-8

Ahmad Samsul Huda, & Ida Farida. (n.d.). *Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Joko Elekotrnik Di Pati*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.

A. Patrisia Akbar ,Indahwaty Sidin , Syahrir A.Pasinringi.*Gambaran Kepuasan Pasien Terhadap Pelaksanaan Komunikasi Terapeutik Perawat di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Gaji Makassar*. http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/5451

Alina Tsalitsa.2016.Analisis *Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit pada PT. Columbia Cabang Kudus*. Media Ekonomi dan Manajemen Vol. 31 No. 1 Januari 2016

Buchari Alma. 2011 . Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Deisita Memah, A. T. (2015). *Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Citraland Manado.* Jurnal Emba Vol.3 No.1 Maret 2015.

Deli Darlina:2016, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Perhotelan (Kasus Hotel Benteng Pekanbaru)*. JOM FISIP Vol.1 No.3

Diky Murdoyo Rahadiarto.2012. *Harapan Terhadap Kepuasan dan dampaknya Terhadap pada Keluhan dan Loyalitas Pelanggan (Studi di KFC Ahmad Yani).* Journal of Business and BankingVolume 2, No. l, May 2012,

Dwi Ariyani, Febrina Rosinta.*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan* . Bisnis & Birokrasi, Jurnal

Ilmu Administrasi dan Organisasi , Mei—Agus 2010, hlm. 114-126.

Edy Haryanto.2013.Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado. Jurnal Emba Vol.1 No.3 September 2013.

Eva Nurmalasari, Samuel Wahyu Widodo, Regina Jokom. *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Zoom Surabaya.* http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/4792/4402

Faris L. Lumentut,Indrie D. Palandeng.2014.*Fasilitas, Servicescape, dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado*. Jurnal Emba Vol.2 No.3 September 2014

Febriansyah.2013. *Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Terhadap Citra Merek Pada PT Telkom tbk Di Bandar Lampung.* JMA Vol. 18 No. 2 Oktober - November 2013

Febriansyah, Nuzul Inas Nabila. *Pengaruh Logo Baru PT. Telkom.Tbk Terhadap Citra Perusahaan.*http://research.kalbis.ac.id/Research/Files/Article/Full/P76JXKM9KSWGOUJ344UL2IFZ5.pdf

Fitria Murbarani, Stefanus Supriyanto.*Analisis Kualitas Pelayanan Menurut Brady And Cronin di Poli Anak.* http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jaki2457d0c303full.pdf

Halimatus Sakdiyah, B. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Labatu Batam*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 3, Maret 2016.

Handini Khaerunnisa. *Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah.* Jurnal Studia

Akuntansi dan Bisnis Vol.1 | No.1

Haryanto, E. (2013). *Kualitas layanan, Fasiltas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado*. Jurnal Emba Vol.1 No.3 September 2013.

Heriyati,. S.A Pasinringi., I. Sidin. *Gambaran Brand Attitude Pasien Rawat Inap Terhadap Minat Pemanfaatan Kembali Pelayanan di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Tahun 2013*. repository.ipb.ac.id/bitstream/123456789/5050/4/ C08bbu.pdf.

Ida Ayu Inten Surya Utami, I Made Jatra.2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 7, 2015 : 1984-2000.

I Gede Yogi Pramana, Ni Made Rastini:2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri cabang Veteran Denpasar Bali*.E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 5., No.1 ISSN:2302-8912.

Iketut Rahyuda, Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja:2011, *Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Penerbangan Domestik Gia di Denpasar.* Ekuitas Vol.15 No.3 ISSN 1411-0393.

Imam Haromain, & Heru Suprihhadi. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahas Z618*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 5, Mei 2016.

Imroatul Khasanah, Oktarina Dina Pertiwi.2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang.* Aset, Februari 2010, hal. 117-124.

Krisna Harimurti, S. (2013). *Analisis Pengaruh Ketanggapan Karyawan, Empati Karyawan Dan Kehandalan Karyawan Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Pada Guest House Griya Bougenville Semarang).*Diponegoro Journal Of Management Volume 2, Nomor2, Tahun 2013.

Lissa Rosdiana Noer.2016.*Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Mahasiswa Magister Manajemen Teknologi ITS Surabaya dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA).* Journal of Research and Technologies, Vol. 2 No. 1 Juni 2016.

Marshellina, & Hartiwi Prabowo. (2013). *Pengaruh E-Crm dan Services Quality Terhadap Consumer Satisfaction dan Dampaknya Terhadap Customer Loyalty Pada PT XL*. Binus Business Review Vol. 4 No. 2 November 2013

Melysa Elisabeth Pongoh.2013.*Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado.* Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013.

Mukhamad Arianto, N. M. (2014). *Consumer Satisfaction Analysis Of Jatiroso Catering Service.* Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan Vol. 1 No. 2 Edisi September 2014.

Musnaini:2011, *Analisis Kualitas Layanan Konsumen terhadap Keunggulan Bersaing jasa transportasi darat pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) kelas Argo.*Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Tahun 4, No. 2, Agustus 2011.

Mustofa. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap kepuasan Konsumen Obyek Wisata Taman Lele di Semarang.* Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.

Ni Made Marta Nidyatantri, I. O. (2016). *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Kedelai Jepang Edamame Pendekatan Structural Equation Modeling.*E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata Vol.5, No.1, Januari 2016.

Putranto, T. S., & R. N. (2013). *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Biro Perjalanan Tamarind Wisata (Performance Importance Method)*. Binus Business Review Vol. 4 No. 1 Mei 2013.

Richie Wungow:2013, *Kualitas Layanan, Citra, Nilai, dan Kepuasan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Rock Rand Manado*. Jurnal EMBA Vol.1 No.3 ISSN:2303-1174.

Sartika Moha, S. L. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Kosnumen Pada Hotel Yuta di Kota Manado* . Jurnal Emba Vol.4 No.1 Maret 2016.

SB Handayani:2013, *Analisa Loyalitas Pelanggan yang dipengaruhi Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan (studi kasus di PT Spectra Advertaising).Jurna Ekonomi-Manajemen-Akuntansi ISSN:0853-877*8

Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati:2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 6 No. 2*

Shella Rizqi Arfianti:2014, *Pengaruh Citra dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah,* Manajement Analysis Journal ISSN 2252-6552.

Silvia Nila Krisnawati. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751.15 Samarinda.* eJournal Administrasi Bisnis, 2016, 4 (1): 222-236 ISSN 2355-5408 , ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id.

Siti Anifaturrohmah, N. H. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di UD.Cita Rasa Sempidi Denpasar).* Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol.5, No. 2.

Sopiah, Sangadji Etta Mamang.2013.Prilaku Konsumen. Edisi I. Andi Yogyakarta. ISBN 978-979-29-3575-2

Sugiyono, 2009,Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, CV, Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.*

Suratno,Aziz Fthoni, Andi Tri Haryono: 2016, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang. Jurnal of Management, Volume 2 no 2.*

Tatang Kusmayadi:2012, *Sistem Penyampaian Jasa (Service Delivery) sebagai salah satu faktor pembetuk Citra Perusahaan atau Organisas*i. Jurnal Manajemen & Akuntansi Vol.IV No.1

Thomas S. Kaihatu :2012, *Kepuasan Konsumen yang dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dengan Brand Image Sebagai Variabel Perantara (studi kasus pada Konsumen Rumah sakit Swasta di Kota Surabaya).* Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis,vol 3,no.2 ISSN: 2087-1090.

TH. Susetyarsi:2014, *Analisis Dimensi Citra Perusahaan Ritel dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perusahaan Ritel Carrefour di kota Semarang*. Jurnal STIE Semarang, Vol 6, No.2, ISSN 2252-7826.

Tjiptono, Fandy.2014.*Pemasaran Jasa,Prinsip,Penerapan,Penelitian.* Edisi I. Andi Yogyakarta. ISBN: 978-979294417-4.

Ulin Nuha. (2014). *Meningkatkan Kualitas Pelayanan Perpustakaan dengan Pendekatan Bilingual.* Jurnal Perpustakaan Libraria Volume :1 Nomor:1.

Umi Narimawati:2008.Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi.Bandung.Unikom.

Valdo J. Umboh & Silvya L. Mandey:2014, Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teling. Jurnal EMBA Vol.2 No. ISSN 2303-1174.

Vina Agustina, Yoestini.2012. Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Nilai Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus (Studi Pada Wilayah Semarang Town Office). DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012.

Weenas., J. R. (2013). *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta.* Jurnal Emba Vol.1 No.4 Desember 2013.

Wiwik Andayani, Agung Yuniarinto, Djumilah Zain.2010. Analisis Kulitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Kereta Api (Persero) DAOP 8 Surabaya). WacanaVol. 13 No. 1 Januari 2010.

Wury Indah Sari:2014, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Citra Perusahaan dalam Membangun Loyalitas Konsumen* PT. KAI. E-Jurnal Graduate Unpar Part A ISSN: 2355-4304.

www.ojk.go.id