

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank BCA KCU Pusat Kota Malang)

Januarisya Respati
Edy Yulianto
Andriani Kusumawati
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
E-mail: januarisyarespati@yahoo.com

ABSTRACT

Service Quality is a condition related to how much the service provider can provide the type of services that customers expect, and ultimately make the customers feel satisfaction and ending with the attitude of loyalty. It can be influenced by various factors that exist in dimensions of service quality that is: reability, responsiveness, assurance, emphaty, and tangibles. This type of research is explanatory with quantitative approach. Population in this research is savings customers on BCA who aged 20-50 years old, have savingaccount BCA, feel the service on BCA, and conduct transactions on behalf of its own more or less one year. The sample used in this research was 134 people choosen with purposive sampling. Analysis of data used descriptive analysis and path analysis. The result shows that service quality has significant influence on the customers satisfaction and customer loyalty, and customer satisfaction has significant influence on customer loyalty. Based on this result, the Bank should maintain and increase the customers satisfaction and customer loyalty. This action can be done through maximazing, reducing a risk of human error with performing the professionalism without decreasing the good aspects that already exist.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

ABSTRAK

Kualitas Pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, dan akhirnya membuat pelanggan tersebut merasakan kepuasan dan berakhir dengan sikap loyalitas. Hal itu dapat dipengaruhi dengan berbagai faktor-faktor yang ada di dalam dimensi kualitas pelayanan, yaitu : realibilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatori asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank BCA yang berusia 20-50 tahun, memiliki rekening tabungan Bank BCA, dan melakukan transaksi atas nama sendiri di BCA selama kurang lebih 1 tahun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 134 reponden dengan menggunakan purposive sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (analisis path). Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil penelitian ini sebaiknya Bank BCA selalu menjaga dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah dengan cara memaksimalkan kualitas pelayanan dengan mengurangi resiko Human Error dengan memberikan pelatihan yang lebih profesional dan lebih bagus kepada para staff Bank BCA tanpa mengurangi aspek yang sudah ada.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah*

1. PENDAHULUAN

Salah satu sektor jasa yang paling banyak dibutuhkan oleh masyarakat adalah sektor jasa perbankan. Peran jasa perbankan dalam kehidupan ekonomi sangat penting karena bank merupakan pusat perekonomian, sumber dana, pelaksana lalu lintas pembayaran, juga sebagai pendorong kemajuan perdagangan baik nasional maupun internasional.

Menyangkut proses perbankan yang bertujuan untuk memuaskan nasabahnya ada beberapa hal dalam bentuk kualitas yang harus diperhatikan yaitu kecepatan, ketepatan daya tanggap terhadap keluhan, kemudahan prosedur dalam transaksi, respon, jaminan, dan perhatian yang diberikan oleh perusahaan perbankan yang bertujuan memuaskan nasabah dengan kualitas yang baik.

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan tinggi yang akan nampak dalam kinerja layanan yang ada. Salah satu kontributor yang sering dipakai dalam mengembangkan pengukuran kualitas jasa/pelayanan adalah alat ukur kualitas layanan yaitu SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry (1988). Dari skala SERVQUAL ini mereka berpendapat bahwa dalam mengevaluasi kualitas pelayanan disebutkan dalam gambaran 5 dimensi yaitu : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Kualitas pelayanan suatu perusahaan perbankan akan memotivasi nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi dan Hamdani (2008:193) bahwa “Dengan meningkatnya kualitas atribut produk dan pelayanan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dengan meningkatnya kualitas atribut produk dan pelayanan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dengan meningkatnya kepuasan nasabah maka diharapkan nasabah yang bertahan juga meningkat, yang akhirnya akan menghasilkan laba yang lebih besar”.

Loyalitas pelanggan merupakan efek akhir dari suatu pembelian, yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan, dan diekspresikan melalui hal-hal seperti komitmen untuk membeli kepada perusahaan jika membutuhkan produk atau jasanya, komitmen untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain dengan menceritakan hal-hal yang positif tentang perusahaan, dan kesediaan untuk membayar mahal.

PT. Bank Central Asia Tbk adalah salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia yang sudah dikenal oleh masyarakat luas diantara sekian banyak bank yang ada di Kota Malang, tim manajemen yang sangat profesional serta jaringan yang luas. Bank BCA sebagai bank transaksional yang menawarkan rangkaian jasa perbankan yang memiliki ATM Tunai maupun Non Tunai yang disediakan di berbagai lokasi strategis di seluruh Indonesia untuk memenuhi beragam kebutuhan para nasabah. Bank BCA telah mendapatkan pengakuan, baik dalam negeri maupun luar negeri, melalui pencapaian berbagai prestasi dan reputasi.

Masalah yang dihadapi pihak PT. BCA Tbk adalah adanya persaingan yang makin tajam diantara perusahaan jasa sejenis. Hal ini sebagai akibat makin banyaknya bank yang ada dengan berbagai produk jasa dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan nasabahnya.

Salah satu hal yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan jasa perbankan yang diberikan kepada nasabah. Apabila pihak bank mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan mampu memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah atau dengan kata lain mampu memuaskan nasabah, maka nasabah dipastikan akan terus menggunakan jasa perbankan pada bank tersebut. Dengan kata lain pihak PT. BCA, Tbk harus mengetahui dan memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas nasabah.

Penelitian ini lebih difokuskan pada tabungan, dengan alasan pengguna jasa bank mayoritasnya adalah tabungan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka menarik melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah”.

2. KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan perilaku dari suatu perusahaan kepada konsumen atau pelanggannya, dan hasil dari aktifitas layanan berupa jasa, sehingga antara jasa dan pelayanan sangat berkaitan, sedangkan pelayanan jasa pada hakekatnya adalah suatu pemecahan masalah. Menurut Tjiptono (2004:59) bahwa kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Zeithmal, et al., dalam Tjiptono (2004:70) mengungkapkan lima dimensi mengenai kualitas jasa/pelayanan sebagai berikut : bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2006:349) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memebrikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Loyalitas Pelanggan

Kotler (2002:42) menyatakan bahwa pelanggan dinyatakan loyal apabila mereka mempunyai suatu komitmen yang kuat untuk menggunakan atau membeli lagi secara rutin sebuah produk/jasa dan ada niat untuk memakai produk tersebut di masa yang akan datang. Sedangkan Tjiptono (2006:387) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk,toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Nasabah

Undang-Undang No.10 tahun 1998 pasal 1 angka 16 tentang perbankan yang dikutip oleh Kasmir (2004:301) bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah atau pelanggan merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh sebuah bank.

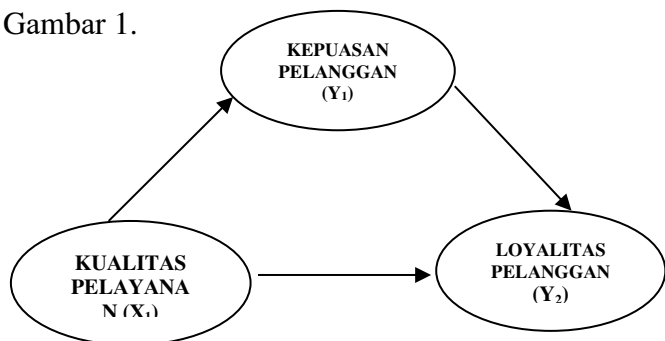
HUBUNGAN ANTARA VARIABEL KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

Kualitas Pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena berhubungan dengan harapan pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan perusahaan baik dan memuaskan, maka harapan dari pelanggan akan tercapai, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan perusahaan buruk maka harapan dari pelanggan tidak tercapai (Kotler, 2000:48). Loyalitas merupakan variabel yang disebabkan dari kepuasan. Loyalitas merupakan efek akhir dari suatu pembelian atau penggunaan jasa, yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masadepan, dan diekspresikan melalui hal-hal seperti komitmen untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan jika membutuhkan, komitmen untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain dengan menceritakan hal-hal yang positif tentang perusahaan, dan kesediaan ntuk membayar mahal (beban biaya). Pelanggan tidak bisa merasakan hal ini jika sebelumnya tidak merasakan kepuasan dari produk/jasa tersebut (Tjiptono 2008:169). Dengan memberikan pelayanan yang bermutu maka akan menciptakan loyalitas pelanggan yang akan berpengaruh pada kemajuan perusahaan dan meningkatkan laba perusahaan. Bila kualitas baik atau melebihi harapan maka pelanggan akan merasa puas, tetapi bila kualitas pelayanan buruk maka harapan pelanggan akan menjadi tidak puas dan akhirnya bisa berdampak terhadap sikap pelanggan berikutnya (Kotler, 2002:44).

Hal ini sesuai dengan beberapa penelitian yang dilakukan oleh Lianxi Zhou (2004) yang menunjukkan pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada keterkaitan yang signifikan mengenai dimensi kualitas pelayanan terhadap dimensi kepuasan. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Albert Caruana (2000) bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran mediasi dalam kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan. Hasil juga mengkonfirmasi hubungan antara variabel dan hipotesis yang saling berkaitan dan menunjukkan korelasi positif. Serta sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Lo Lian Kheng (2010) yaitu dari keseluruhan lima dimensi kualitas pelayanan, yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Hipotesis Penelitian

Model hipotesis yang digunakan dapat di lihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Hipotesis

Sumber : penulis, 2016

Rumusan Hipotesis dari model hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- H₁ : Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y₁)
 H₂ : Kepuasan Pelanggan (Y₁) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₂)
 H₃ : Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₂)

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian ekplanatori (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank BCA KCU Malang Pusat. Variabel yang diteliti adalah variabel kualitas pelayanan, variabel kepuasan pelanggan dan variabel loyalitas pelanggan. Populasi pada penelitian ini adalah semua nasabah Bank BCA yang memiliki rekening Bank BCA atas nama sendiri. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 134 orang responden, dengan menggunakan *purposive sampling*. Data yang diperoleh di analisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*).

4. PEMBAHASAN

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Hasil analisis jalur antara variabel atribut produk terhadap preferensi konsumen dan keputusan pembelian dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1 : Hasil Uji Koefisien Jalur

Variabel Independen	Variabel Dependen	Beta	t _{hitung}	Probabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah	0,664	10,197	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan	Loyalitas Pelanggan	0,242	3,669	0,000	Signifikan
Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	0,646	9,807	0,000	Signifikan

N = 134

Sumber : penulis, 2016

H₁ : Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y₁)

Tabel 1, menunjukkan bahwa angka probabilitas sebesar 0,000. Hasil uji t_{hitung} kualitas pelayanan yang diperoleh sebesar 10,197. Koefisien beta pada hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,664 dengan probabilitas sebesar 0,000 (p<0,050), maka keputusannya adalah H₀ ditolak. Hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H₁) diterima.

H₂ : Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₂)

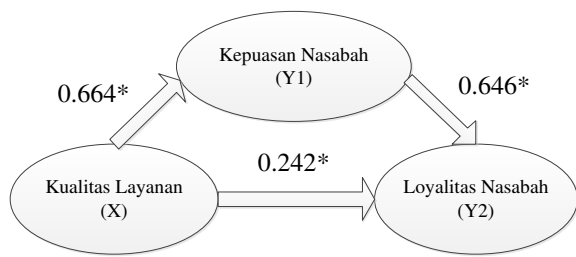
Tabel 1, menunjukkan angka probabilitas sebesar 0,000. Hasil uji t_{hitung} kualitas pelayanan yang diperoleh sebesar 3.669. Koefisien beta pada hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,242 dengan probabilitas sebesar 0,000 (p<0,05), maka keputusan adalah H₀ ditolak. Hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (H₂) diterima.

H₃ :Kepuasan Pelanggan (Y₁) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y₂)

Tabel 1, menunjukkan angka probabilitas sebesar 0,000. Hasil uji t_{hitung} kepuasan pelanggan yang diperoleh sebesar 9,807. Koefisien beta pada hubungan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,646 dengan probabilitas sebesar 0,000 (p<0,05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak. Hipotesis yang menyatakan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (H₃) diterima.

Hubungan Antar Jalur

Gambar 2. Menampilkan diagram hasil analisis jalur secara keseluruhan dalam penelitian ini. Pengaruh langsung antara variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh anak panah dari masing-masing variabel. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang signifikan yaitu sebesar 0,664. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan hasil signifikan yaitu sebesar 0,646. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan hasil signifikan yaitu sebesar 0,242. Lebih jelasnya dapat di lihat dalam Gambar 2. Sebagai berikut ini :



Gambar 2. Hasil Analisis Jalur (Analysis Path)

Sumber : penulis, 2016

Keterangan :

* : signifikan

Persamaan struktural dari hasil analisis jalur pada Gambar 2 sebagai berikut:

$$I \quad : Y_1 = 0,664 X_1$$

$$II \quad : Y_2 = 0,646 Y_1 + 0,242 X_1$$

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh antara variabel kualitas layanan terhadap citra perusahaan. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel citra perusahaan. Hasil ini dibuktikan oleh hasil penelitian yang menunjukkan koefisien jalur (β) sebesar 0,664 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga dinyatakan signifikan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BCA maka akan memperkuat dan menjadikan seorang nasabah menjadi puas akan pelayanannya dan memunculkan sikap-sikap seperti memberikan citra positif akan keunggulan Bank BCA dan jarang menyampaikan keluhan.

Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian yang terdahulu pernah dilakukan, diantaranya adalah penelitian dari Zhou (2004) bahwa ada keterkaitan yang signifikan mengenai dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan di Bank Hangzo Cina. Selain itu penelitian dari Kheng (2010) yang meneliti di sektor 10 Bank lokal di Penang Malaysia dan menyimpulkan bahwa dari keseluruhan 5 dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh signifikan adalah keandalan, empati, dan jaminan yang

berdampak positif dan mempengaruhi dimensi kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Agarwal (2014) yang melakukan penelitian di sebuah Bank Ritel dengan menggunakan metode geografi dan *accidental sampling* yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai keterkaitan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hasil ini dibuktikan oleh hasil penelitian yang menunjukkan koefisien jalur (β) sebesar 0,242 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga dinyatakan signifikan. Kualitas layanan pada penelitian ini berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, sehingga kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yaitu Bank BCA.

Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang diantaranya dilakukan oleh Kursunluoglu (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan positif terhadap loyalitas pelanggan pada sebuah Bank Ritel di Bangladesh. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian dari Roche (2014) yang melakukan penelitian pada pelanggan *E-Marketing* di sebuah Bank Srilanka dan menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Hasil ini dibuktikan oleh hasil penelitian yang menunjukkan koefisien jalur (β) sebesar 0,646 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga dinyatakan signifikan. Kepuasan nasabah pada penelitian ini berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, sehingga saat nasabah merasakan bentuk kepuasan dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapannya, hal itu mampu membuat loyalitas seorang nasabah kepada Bank BCA.

Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu antara lain penelitian yang dilakukan oleh Caruana (2000) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran mediasi dalam efek kualitas pelayanan terhadap loyalitas layanan pada Bank ritel di Malta. Selain itu penelitian dari Kheng (2010) yang menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan berdampak positif dan mempengaruhi dimensi kepuasan pelanggan dan akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan di sebuah Bank di Penang Malaysia. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian oleh Kursunluoglu (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan berhubungan positif terhadap kepuasan, dan kepuasan pelanggan yang kuat bisa membangun loyalitas pelanggan di sebuah Bank di Bangladesh.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut berarti bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang maksimal dan baik yang dirasakan oleh nasabah dengan menggunakan lima pendekatan dari kualitas pelayanan pada Bank BCA yang berhasil membangun kepuasan nasabah.
2. Kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut berarti bahwa semakin jelas kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank BCA kepada nasabah, maka nasabah akan menjadi loyal terhadap bank tersebut dengan tidak tertarik terhadap bank lain.
3. Kepuasan nasabah terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut berarti bahwa apabila nasabah merasa puas dengan segala aspek yang ada baik mengenai produk hingga pelayanan yang diberikan Bank BCA, maka hal tersebut akan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap produk dan jasa dari Bank BCA.

Saran

1. Hendaknya mengembangkan dan memaksimalkan lima indikator kualitas pelayanan, mengingat kepuasan nasabah saat merasakan pelayanan akan mempengaruhi kelojalannya dan dapat mengalami perubahan.

2. Sebaiknya mempertahankan kepuasan serta menjaga loyalitas nasabah dengan diharapkan pihak Bank BCA menyempurnakan pelayanannya dan memberikan jaminan atas segala transaksi keuangan yang dilakukan di Bank BCA agar bisa menjadi salah satu Bank yang dipercaya nasabah untuk melakukan segala transaksi keuangan.
3. Hendaknya meningkatkan dan menjaga kepuasan dan loyalitas nasabah dengan cara mengurangi resiko-resiko *Human Error* dengan lebih meningkatkan profesionalitas para staf *front liner* Bank BCA untuk mengurangi kesalahan dan lebih memberikan pelayanan yang kuat dan prima tanpa mengurangi aspek-aspek yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir, SE., MM. 2004. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip dan Amstrong, G. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani . 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani . 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Mardalis, Ahmad . 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Balai Pustaka
- Nasution, M.N . 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Sunarto. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Amus
- Tjiptono, Fandy. 2002 . *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* . Yogyakarta : Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran : Edisi Kedua* . Yogyakarta : Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa* . Malang : Bayumedia
- Tjiptono, Fandy . 2008. *Strategi Pemasaran : Edisi Ketiga* . Yogyakarta : Andi Yogyakarta

Internet

www.klikBCA.com