

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, FAKTOR KEMUDAHAN DAN  
KEAMANAN PENGGUNAAN BYOND BY BSI TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH BSI DI KCP LAWANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Mempeoroleh Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

Yusharifan Fachri Maulana

NPM. 22101083020



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

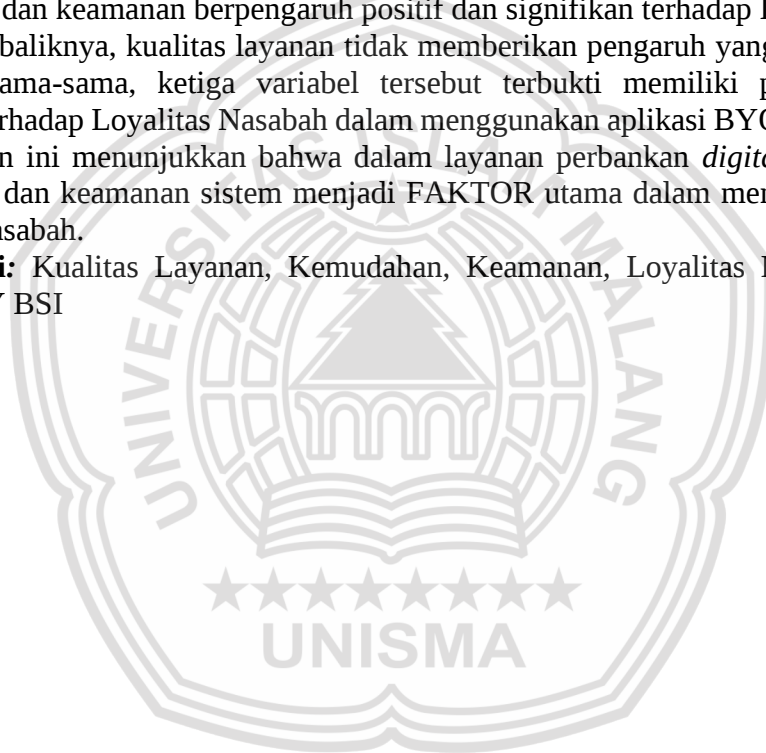
**2025**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menelusuri pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan penggunaan, dan Keamanan dalam penggunaan aplikasi BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KCP Lawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sebanyak 88 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi BYOND BY BSI dijadikan sampel, yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu.

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS, mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Sebaliknya, kualitas layanan tidak memberikan pengaruh yang berarti. Secara bersama-sama, ketiga variabel tersebut terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND BY BSI. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam layanan perbankan *digital*, aspek Kemudahan dan keamanan sistem menjadi FAKTOR utama dalam membangun Loyalitas Nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kemudahan, Keamanan, Loyalitas Nasabah, BYOND BY BSI

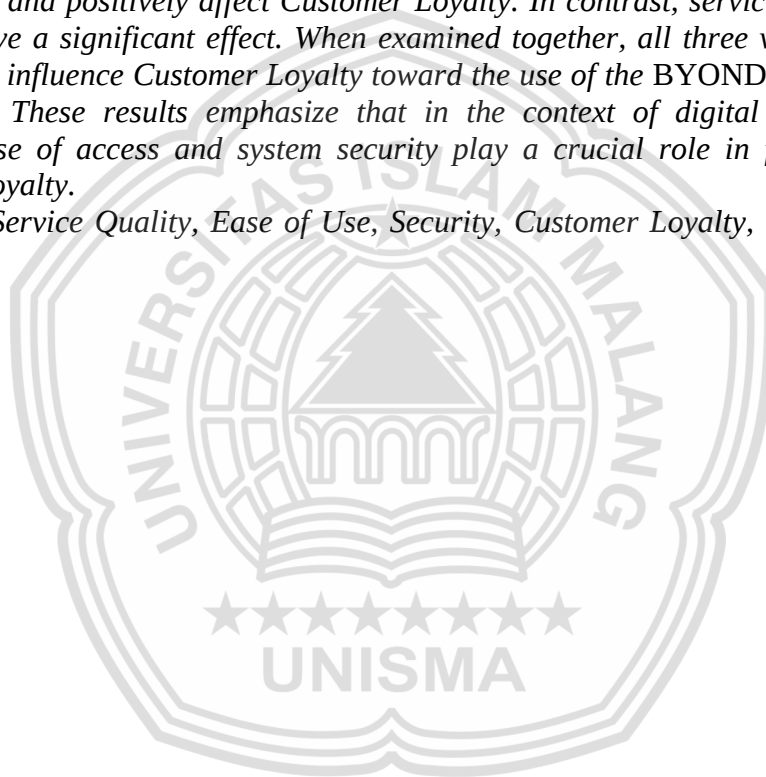


## ABSTRACT

*This research is conducted to explore the impact of service quality, ease of use, and security in using the BYOND BY BSI application on Customer Loyalty at BSI KCP Lawang. The study adopts a quantitative approach through a survey method. A total of 88 respondents, all of whom are active users of the BYOND BY BSI app, were selected using purposive sampling based on predetermined criteria.*

*Data were analyzed using SPSS software, involving tests for validity and reliability, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The findings indicate that both ease of use and security significantly and positively affect Customer Loyalty. In contrast, service quality does not have a significant effect. When examined together, all three variables significantly influence Customer Loyalty toward the use of the BYOND BY BSI application. These results emphasize that in the context of digital banking services, ease of access and system security play a crucial role in fostering Customer Loyalty.*

**Keywords:** Service Quality, Ease of Use, Security, Customer Loyalty, BYOND BY BSI



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar di berbagai aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bidang teknologi informasi. Perkembangan ini disambut baik karena diyakini mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam aktivitas sehari-hari. Tujuan utama dari kemajuan ini adalah menghadirkan sistem, fitur, dan aplikasi yang memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan, serta kepraktisan. Sektor keuangan, terutama perbankan, menjadi salah satu bidang yang terdampak signifikan oleh perubahan ini.

Salah satu bentuk integrasi teknologi dalam sektor perbankan adalah layanan *mobile banking* (Sevenlight, 2023). Layanan ini memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan non-tunai secara fleksibel kapan saja dan di mana saja, hanya dengan menggunakan perangkat seluler (Flavián et al., 2020).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merespons perkembangan ini dengan meluncurkan aplikasi *mobile banking* bernama BYOND BY BSI, yang dirancang untuk mempermudah transaksi keuangan *digital*. Aplikasi ini dilengkapi fitur-fitur unik yang mencerminkan nilai-nilai Islami, seperti zakat online, Juz Amma, Asmaul Husna, pencarian masjid terdekat, dan pengingat waktu salat. Fitur-fitur ini bertujuan untuk memudahkan nasabah

dalam menjalankan ibadah sesuai dengan prinsip syariah (Maharani Rona Makom, 2023).

Kualitas Layanan diukur berdasarkan sejauh mana harapan nasabah sesuai dengan kenyataan layanan yang diterima. Ketika pelayanan melebihi harapan, maka layanan tersebut dianggap berkualitas. Namun jika sebaliknya, maka dapat menimbulkan kekecewaan atau ketidakpuasan (Muzammil et al., 2017).

Salah satu faktor penting yang turut menentukan kepuasan adalah kemudahan. Istilah ini merujuk pada segala sesuatu yang mempermudah suatu proses atau kegiatan (Wiktionary, 2017). Hasil wawancara dengan Umma menunjukkan bahwa aplikasi BYOND BY BSI telah membantunya dalam melakukan transaksi pembayaran layanan E-Court, meskipun terkadang ia menghadapi kendala teknis. Meski begitu, ia tetap mempertahankan rekeningnya di BSI (Umma Syariatul Jannah, Wawancara).

Salah satu aspek penting dalam menciptakan kepuasan adalah kemudahan penggunaan. Istilah ini mengacu pada segala sesuatu yang dapat menyederhanakan proses atau aktivitas (Wiktionary, 2017). Hasil wawancara dengan salah satu pengguna bernama Umma mengungkapkan bahwa aplikasi BYOND BY BSI memudahkan dia dalam melakukan pembayaran E-Court, meskipun sesekali mengalami gangguan teknis. Meski demikian, ia tetap memilih menggunakan rekening BSI (Umma Syariatul Jannah, Wawancara).

Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan bukan satu-satunya penentu Loyalitas Nasabah. Hal ini diperkuat oleh penelitian Siti Munfaqiroh, Dike Wahyu Arminda, dan Rama Dea yang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (Munfaqiroh et al., 2022). Sebaliknya, studi oleh Melsi Diana Putri Lubis dan David Humala Sitorus menemukan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Lubis & Sitorus, 2023). Dari hasil observasi, generasi muda yang akrab dengan teknologi cenderung merasa aplikasi ini mudah digunakan, sementara nasabah yang lebih tua lebih memilih datang langsung ke kantor cabang (Arianto & Nirwana, 2021).

Aspek penting lainnya adalah keamanan, yang berarti terbebas dari ancaman atau risiko. Keamanan mencakup perlindungan dari serangan siber, pencurian data, hingga penipuan keuangan (Wikipedia, 2022). Menurut Ro Esta, aplikasi BYOND BY BSI telah dilengkapi sistem Keamanan berlapis seperti PIN dan kata sandi. Namun, peretasan yang terjadi pada sistem BSI sempat mengganggu layanan selama beberapa hari (Maharani Rona Makom, 2023).

Loyalitas pelanggan lebih menekankan pada perilaku nyata dibandingkan sekadar sikap. (Griffin, (2005), *Customer Loyalty*, Jakarta : Penerbit Erlangga., n.d.) menjelaskan bahwa pelanggan yang loyal memiliki pola pembelian yang konsisten dan terus memilih produk atau layanan dari penyedia yang sama. Loyalitas dapat diartikan sebagai

tindakan konsumen yang tetap memilih suatu perusahaan tanpa berpindah ke kompetitor (*Griffin, (2005), Customer Loyalty, Jakarta : Penerbit Erlangga., n.d.*).

Pada tanggal 8 Mei 2023, Bank Syariah Indonesia mengalami serangan siber yang diduga berasal dari *ransomware*, yang menyebabkan gangguan pada layanan BSI Mobile, ATM, dan transaksi lainnya. Proses pemulihan dimulai pada 9 Mei 2023. Meski sebagian besar layanan telah kembali normal, peristiwa ini menimbulkan ketidakpuasan dan keraguan di kalangan nasabah. BSI menegaskan komitmennya untuk meningkatkan sistem Keamanan serta memberikan edukasi kepada nasabah terkait kewaspadaan terhadap kejahatan *digital*.

Selain isu keamanan, beberapa nasabah juga mengalami kesulitan dalam mengakses fitur-fitur aplikasi BSI Mobile. Oleh karena itu, BSI perlu terus mengevaluasi dan menyempurnakan layanannya agar kepuasan nasabah tetap terjaga. Lembaga keuangan baik konvensional maupun syariah harus mampu memberikan layanan yang mudah digunakan, andal, nyaman, dan aman demi memperkuat Loyalitas Nasabah. Ketika Kualitas Layanan meningkat, kepercayaan nasabah juga akan meningkat. Oleh sebab itu, upaya peningkatan layanan harus menjadi prioritas utama.

Dalam iklim persaingan bisnis yang semakin ketat, mempertahankan pelanggan menjadi kunci keberlangsungan jangka panjang. Untuk membangun Loyalitas yang kuat, perusahaan perlu memahami berbagai faktor yang memengaruhinya. Menurut (Marconi,

2000), terdapat enam faktor utama yang memengaruhi Loyalitas pelanggan, yaitu nilai (harga dan kualitas), kemudahan dan kenyamanan, citra perusahaan, kepuasan, Kualitas Layanan, serta jaminan merek (Marconi, 2000).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Loyalitas Nasabah memiliki peran vital dalam keberlangsungan operasional bank, termasuk Bank Syariah Indonesia. Nasabah yang loyal memberikan kontribusi berkelanjutan tanpa perlu terus mencari pelanggan baru. Berdasarkan teori Marconi, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut pengaruh kemudahan, keamanan, dan kualitas layanan terhadap Loyalitas Nasabah. Ketiga variabel ini dipilih karena dianggap relevan namun masih jarang diteliti secara bersamaan dalam konteks penggunaan aplikasi BYOND BY BSI.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP LAWANG?
2. Bagaimana Pengaruh Faktor Kemudahan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BSI di KCP LAWANG?
3. Bagaimana Pengaruh Faktor Keamanan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BSI di KCP LAWANG?

4. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan, Faktor Kemudahan, dan Keamanan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BSI di KCP LAWANG secara Simultan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP LAWANG.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Faktor Kemudahan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BSI di KCP LAWANG.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Faktor Keamanan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BSI di KCP LAWANG.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan, Faktor Kemudahan, dan Keamanan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BSI di KCP LAWANG secara Simultan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, peneliti berharap mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya literatur mengenai perbankan syariah, serta menjadi referensi akademik dalam pengembangan penelitian serupa di masa mendatang, khususnya dalam konteks pemanfaatan layanan *digital*.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Untuk Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas aplikasi BYOND BY BSI, terutama dalam aspek layanan, kemudahan akses, dan keamanan, sehingga dapat memperkuat Loyalitas Nasabah.

### b. Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada nasabah mengenai pentingnya Kualitas Layanan, kemudahan, dan Keamanan dalam penggunaan aplikasi *digital* BYOND BY BSI, sekaligus meningkatkan kesadaran akan manfaat teknologi perbankan syariah dalam mendukung aktivitas keuangan sehari-hari.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh variabel Kualitas Layanan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah pada BSI KCP Lawang. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pengguna aplikasi BYOND BY BSI di lingkungan BSI KCP Lawang.
2. Kemudahan penggunaan aplikasi terbukti secara statistik memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BSI di KCP LAWANG.
3. Keamanan berperan penting dan menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah pengguna aplikasi BYOND BY BSI di BSI KCP Lawang.

#### 5.2 Keterbatasan

Meski telah dilaksanakan sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah, studi ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya melibatkan responden dari satu cabang, yaitu BSI KCP Lawang, sehingga hasilnya belum dapat dijadikan

gambaran menyeluruh bagi seluruh nasabah BSI di Indonesia, terutama dengan latar belakang yang berbeda.

2. Fokus kajian terbatas pada tiga variabel utama, yakni Kualitas Layanan, Kemudahan, dan Keamanan. Padahal, faktor lain seperti kepercayaan, citra merek, tampilan antarmuka, atau kepuasan nasabah juga berpotensi memengaruhi tingkat Loyalitas Nasabah.
3. Penggunaan kuesioner sebagai satu-satunya alat pengumpulan data dapat menimbulkan kelemahan, seperti perbedaan antara jawaban yang diberikan dengan kondisi nyata yang dialami oleh responden.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan temuan penelitian, penulis memberikan beberapa rekomendasi untuk pengembangan studi lebih lanjut:

1. Peneliti di masa mendatang disarankan untuk memperluas jangkauan responden dengan menyertakan nasabah dari berbagai unit atau cabang *BSI*, bahkan dari kelompok masyarakat yang lebih beragam, agar hasil penelitian lebih representatif dan memiliki daya generalisasi yang lebih tinggi.
2. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi Loyalitas Nasabah, penelitian

selanjutnya dapat menambahkan variable lain, seperti kepercayaan, kepuasan pengguna, dan citra merek, ke dalam model analisis.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)*.
- Arianto, N., & Nirwana, Y. K. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 179–192. [https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v7i2.658](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.658)
- Arif, M. N. R. Al. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (p. 213).
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Flavián, C., Gurrea, R., & Orús, C. (2020). Combining channels to make smart purchases: The role of webrooming and showrooming. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(July 2019), 101923. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101923>
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Griffin, (2005), *Customer Loyalty*, Jakarta : Penerbit Erlangga. (n.d.).
- Griffin. (n.d.). *Customer Loyalty*. Penerbit Erlangga.
- Hasanah, & Riyadi. (2021). PENGARUH NON PERFORMING FINANCING (NPF), FINANCING TO DEPOSIT RATIO (FDR), DAN BIAYA

OPERASIONAL DAN PENDAPATAN OPERASIONAL (BOPO) TERHADAP RETURN ON ASSET (ROA) PADA BANK SYARIAH MANDIRI PERIODE 2015-2019. *Journal GEEJ*, 7(2), 126–140.

Heriyana. (2020). Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online. *Jurnal Ekonomia* 10, No. 3.

Jogiyanto. (2010). *PERSEPSI STAKEHOLDERS INTERNAL TERHADAP AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI LAPORAN KEUANGAN UNIVERSITAS SEBELAS MARET PASCA DITETAPKAN SEBAGAI BADAN LAYANAN UMUM*.

Lubis, M. D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 209–218. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>

Lusiana, A., Darma, Y., Ningrum, A., & Putri, C. N. (2024). Pengaruh Lama Fermentasi Terhadap Aktivitas Antioksidan Pada Variasi The Kombucha Dengan Metode ABTS ( 2,2 Azinobis (3-Ethylbenzotiazolin) 6 Sulphonic Acid). *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 3(2), 1–12.

Maharani Rona Makom. (2023). Analisis Digital Marketing, Citra Merek, dan Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 3(3), 141–151. <https://doi.org/10.60036/jbm.v3i3.125>

Marconi, J. (2000). *The Brand Marketing Book: Creating, Managing, and Extending the Value of Your Brand*. Lincolnwood, IL: NTC Business Books.

Munfaqiroh, S., Wahyu, D., Dacruz, A., & Dea, R. (2022). 578-Article Text-1810-

1-10-20220714. 15(1), 122–132.

Mustika Raudhatul Jannah, & Siregar, S. L. (2024). Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 11(1), 105–123.

<https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v11i1.3302>

Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, N. (2017). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 8(3), 104–133.

Muzdalipah, M. M., & Mahmudi, M. (2023). Digitalisasi Perbankan Syariah : Penggunaan Bsi Mobile Di Era Generasi Milenial Di Kota Yogyakarta. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 12. <https://doi.org/10.35906/equili.v12i1.1241>

Nabila Firdaus Iman & Umiyati. (2022). *ANALISIS DETERMINAN ATAS PROFITABILITAS BANK SYARIAH DI INDONESIA*. 10(April), 31–54.

Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>

Parera, N. O., Susanti, E., & Artikel, I. (2021). LOYALITAS NASABAH DARI KEMUDAHAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING INFO ARTIKEL ABSTRAK. In *International Journal of Digital Entrepreneurship and*

*Business (IDEB)* (Vol. 2, Issue 1). <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>

Pramesti, D. R., Kasiwi, A. N., & Purnomo, E. P. (2020). Perbandingan Implementasi Smart City di Indonesia: Studi Kasus: Perbandingan Smart People di Kota Surabaya dan Kota Malang. *Ijd-Demos*, 2(2), 163–173. <https://doi.org/10.37950/ijd.v2i2.61>

Prasetyo, D. E., Udayana, I. B. N., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah BCA Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel. *JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH*, 6(1), 55. <https://doi.org/10.30595/jhes.v6i1.16738>

Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (p. 44). Graamedia Pustaka Utama.

Sandu dan Muhammad Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. June 2015.

Sevenlight. (2023). *Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi Dan Informasi Terhadap Karakter Anak*. Bdkjakarta.Kemenag.Go.Id (Blog).

Shafira, A. S., Aris Sunindyo, & Septian Yudha Kusuma. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 1(2), 62–74. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.318>

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alvabeta*. CV.

[https://www.academia.edu/118903676/Metode\\_Penelitian\\_Kuantitatif\\_Kualitatif\\_dan\\_R\\_and\\_D\\_Prof\\_Sugiono](https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_R_and_D_Prof_Sugiono)

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*”. Cv. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D.*
- Sukardi. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan.*  
[https://books.google.co.id/books/about/Metodologi\\_Penelitian\\_Pendidikan.html?id=gJo\\_EAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Metodologi_Penelitian_Pendidikan.html?id=gJo_EAAAQBAJ&redir_esc=y)
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah* (p. 165). Prenadamedia.
- Tjiptono, F. (n.d.). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (p. 142).
- Tjokro, C. I. (2018). Determinan Kepuasan Nasabah Dalam Membentuk Loyalitas Nasabah Pt Btn Cabang Ambon. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4642>
- Wikipedia, I. (2022). *Keamanan*. Ensiklopedia Bebas.
- Wiktionary, I. (2017). *Kemudahan*.