

PENGARUH *CUSTOMER INTIMACY* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH CABANG JEMBER

Customer intimacy influence on customer loyalty Indonesian people shariah bank branch Jember

Feri Anggriawan, Drs. Djoko Widodo, M.M, Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Jember (UNEJ)

Abstrak: *Customer Intimacy* merupakan strategi populer yang digunakan oleh perbankan karena strategi ini merupakan strategi yang mampu menarik dan menjaga hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, strategi *Customer Intimacy* juga yang dapat membedakan proses suatu pelayanan suatu perbankan walaupun menggunakan sistem yang sama yaitu syariat islam. Strategi *Customer Intimacy* yang digunakan BRI Syariah cabang Jember untuk menarik dan menjaga hubungan dalam jangka panjang agar nasabah tetap loyal dan percaya terhadap BRI Syariah cabang Jember. Penelitian ini merupakan penelitian korelasi, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh signifikan *Customer Intimacy* terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember. Penentuan tempat penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu di BRI Syariah Cabang Jember. Untuk menentukan responden penelitian menggunakan metode *simple random sampling* yaitu sebanyak 97 responden yaitu nasabah BRI Syariah iB yang aktif dan hanya memiliki tabungan BRI Syariah iB di cabang Jember. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode: angket, wawancara, dan dokumen. Analisis data yang akan digunakan yaitu analisis inferensial (yang terdiri: analisis garis regresi sederhana, analisis varian garis regresi, uji F, dan efektifitas garis regresi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Customer Intimacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember. Hasil pengolahan data dibuktikan dengan menggunakan uji F yaitu $F_{hitung} = 371,409 > F_{tabel} = 3,941$ dengan tingkat signifikan $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. dan koefisien determinasi (R_{square}) sebesar 79,6%. sedangkan sisanya yaitu 20,4% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti yaitu variabel produk, promosi, komitmen dan sebagainya. Diharapkan BRI Syariah cabang Jember dapat meningkatkan kualitas pelayanan *customer intimacy* untuk menarik dan menjaga hubungan dalam jangka panjang dan diharapkan dapat menerapkan seluruh komponen variabel *customer intimacy* yang meliputi indikator produk, promosi, komitmen agar nasabah tetap loyal dan percaya terhadap BRI Syariah.

Kata Kunci : *Customer Intimacy, Loyalitas Nasabah, BRI Syariah cabang Jember*

Abstract: *Customer intimacy* is popular strategy used by banks because this strategy is strategy capable of attracting and keeping a long-term relationship with the customers, *customer intimacy* strategy that could distinguish the process of a banking service an even an even with the same system that is by islamic syariah. *Customer intimacy* strategy used BRI Syariah Jember to the branch of attracting and keeping relations in the long run to keep customers loyal and believe that the BRI Syariah Jember the branch. The research is the correlation, research the purpose to be achieved in this research is to know how big the influence of significant *customer intimacy* against loyalty customers BRI Syariah the branch Jember. The determination of the place of the research uses a method which is purposive in the area of BRI Syariah branch Jember. Respondents to determine the research uses a method of simple random sampling is as much as 97 respondents namely BRI Syariah customers iB active and had only BRI Syariah saving in the branch of iB Jember. Data collection method used consisting of a method of : poll, interview and document. Analysis of data will use that analysis inferntial (made simple : analysis of the regression line a variant of the regression line the F, and effectiveness of the regression line). Research result indicates that variable *customer intimacy* has influence significantly to *customer loyalty* BRI Syariah branch Jember. The results of data processing is evidenced by the use of test F namely $F_{hitung} = 371,409 > F_{tabel} = 3,941$ with a significant degree $F = 0,000 < \alpha = 0.05$. and the coefficients determined (R_{square}) 79,6% is. While the rest is free 20.4% influenced other variable products is not examined, the promotion of, commitment and so forth. Is expected to BRI Syariah branch Jember can improve the quality of service *customer intimacy* to attract and maintain relations in the long term and is expected to implement all components of variable *customer intimacy* which includes the product, the promotion of, commitment to customers remain loyal and believe towards BRI Syariah.

Keywords: *Customer Intimacy, Customer loyalty, BRI Syariah baranch Jember*

PENDAHULUAN

Dunia bisnis jasa saat ini salah satunya adalah perbankan syariah mengalami kemajuan dan perkembangan yang pesat. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang tidak berbasis bunga, melahirkan begitu banyak para investor dan nasabah dengan berbagai penghimpunan dana. Tingginya minat masyarakat terhadap bank syariah dalam menabung serta pembiayaan membuat bisnis jasa dalam perbankan syariah semakin prospektif. Bank syariah menjadi tempat untuk menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai misi berlandaskan keadilan, kejujuran, kemanfaatan, kebersamaan yang sesuai dengan syariat islam.

Perkembangan bisnis jasa perbankan syariah yang semakin berkembang, membuat persaingan dalam perbankan syariah semakin ketat terutama bagi usaha yang sasaran segmen pasarnya serupa. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bank syariah yang berdiri di Indonesia. Timbulnya tingkat persaingan dalam bank syariah ditandai dengan maraknya produk dan jasa yang ditawarkan dalam bank syariah. Sehingga para pelaku bisnis dituntut untuk menciptakan suatu keunggulan dibanding dengan para pesaing, para pemilik usaha bank syariah harus seoptimal mungkin menjaga kualitas mutu pelayanan agar tetap eksis di bidang usaha jasa yang ditekuni.

Banyaknya perbankan syariah di Indonesia menimbulkan persaingan yang sangat ketat diantaranya bank syariah yang ada di Indonesia yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Muamalat Indonesia, Bank Syariah BNI, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank Panin Syariah, Bank Syariah Bukopin, Bank Victoria Syariah, Bank BCA Syariah dan Bank Maybank Indonesia Syariah (bi.go.id). Adanya para pesaing membuat sistem BRI Syariah dikembangkan lebih baik lagi diantaranya mempertahankan semua nasabahnya dengan cara mendekatkan diri kepada semua para nasabahnya agar tidak beralih kepada Bank syariah lainnya yang menjadi pesaing bagi BRI Syariah itu sendiri.

Perhatian khusus kepada nasabah merupakan sesuatu yang sangat esensial sebagai tolak ukur dalam meningkatkan kualitas jasa perbankan. Nasabah akan selalu mencari, memilih dan menggunakan keseluruhan jasa sebuah bank

apabila kualitas jasa bank tersebut mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Dengan kata lain, nasabah akan merasa nyaman apabila kualitas layanan yang dirasakan nasabah sesuai atau melebihi harapan, keadaan ini akan menimbulkan persaingan ketat bagi perbankan syariah sehingga nasabah sering tidak mempunyai loyalitas pada suatu bank karena banyak tawaran. Nasabah cenderung memilih tawaran yang lebih menguntungkan. Oleh karena itu tantangan paling besar bagi penyedia jasa perbankan supaya bisa bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar adalah mencari terobosan untuk menciptakan layanan nasabah yang baik secara konsisten, sehingga loyalitas nasabah dapat terwujud dengan senantiasa tetap pada layanan yang diterima.

BRI Syariah cabang Jember merupakan perluasan jasa perbankan dari BRI konvensional dimana BRI Syariah berbeda dalam semua program BRI konvensional yang di atur UU No.10/1998 dimana para nasabah menghendaki pembagian hasil jual beli berdasarkan dalam syariat islam dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga sehingga tidak bersifat riba. Keunggulan BRI Syariah yang ditawarkan berupa kemudahan dalam membuka tabungan/membuat rekening dengan 2 syarat yang pertama setoran awal sebesar Rp. 50.000,00 kedua membawa KTP/SIM/KTM, selain itu keunggulan lainnya adalah Gratis biaya administrasi tabungan bulanan, gratis biaya bulanan kartu ATM, gratis biaya cek saldo, gratis biaya transfer ke semua Bank, gratis biaya Debit Prima, gratis biaya tarik tunai di ATM BRI dan jaringan ATM Bersama/ ATM Prima serta adanya pelayanan e-Banking dan saldo yang mengendap hanya sebesar Rp. 25.000,00 (Brosur BRI Syariah).

Satu faktor yang menjadi alasan para nasabah semakin pesat bertambah menjadi nasabah BRI Syariah karena sistemnya menganut syariat islam serta layanan serba gratis. Strategi yang digunakan BRI Syariah cabang Jember untuk menarik perhatian nasabahnya dengan cara *Customer Intimacy* atau kedekatan nasabah dan BRI Syariah itu sendiri karena untuk menjaga hubungan dalam waktu yang relatif panjang. Penerapan *Customer Intimacy* BRI Syariah Cabang Jember

yang dilakukan menjadi dua bagian yaitu *Financial Benefit* adalah pemberian bagi hasil yang menguntungkan nasabah, pemberian hadiah kepada nasabah dalam program hujan emas setiap nasabah memiliki kesempatan mengikuti program hujan emas apabila nasabah tersebut memiliki saldo minimal sebesar Rp 250.000,00 secara otomatis memiliki kesempatan menang dalam undian program hujan emas (Supervisor BRI Syariah). peningkatan kualitas layanan (*service excellent*) yang berupa pemanfaatan akses teknologi informasi seperti layanan Ajungan Tunai Mandiri (ATM) yang dapat digunakan pada semua ATM bersama dan pemberian fasilitas bebas biaya administrasi bulanan. *Sosial Benefit* dengan pemberian layanan yang sangat baik, berupa senyuman, ramah tamah yang diberikan karyawan BRI Syariah, adanya ruang tunggu yang nyaman. *Structural Benefit* pemberian jaminan keamanan tabungan nasabah, pemberian informasi yang baik dan tersedianya media berkomunikasi antara nasabah dan bank tanpa harus datang ke kantor BRI Syariah melalui *e-Banking* maupun *Internet Banking* (Brosur BRI Syariah).

Loyalitas nasabah merupakan sikap yang ditunjukkan karena pelayanan yang diberikan BRI Syariah dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya sikap ini ditunjukkan para nasabah dalam melakukan transaksi setiap saat baik melalui ATM maupun *e-Banking*, aktifnya para nasabah dalam menabung di BRI Syariah merupakan sikap kebal terhadap persaingan Bank syariah lainnya karena para nasabah senang, puas dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan BRI Syariah cabang Jember. Adanya pendekatan atau *Customer Intimacy* yang membuat pelayanan terhadap para nasabah menjadi nyaman dan percaya, *customer intimacy* tersebut ditunjukkan dalam pelayanan secara aktif dalam mengingatkan produk-produk yang dimiliki BRI Syariah melalui Brosur-Brosur, *e-Banking* dan *Open Table* pada hari libur dengan memberikan informasi kembali tentang produk-produk yang dimiliki BRI Syariah serta tidak lupa dalam pengucapan selamat ulang tahun kepada para nasabah melalui via sms atau telepon kepada nasabah khusus.

Kegiatan tersebut menimbulkan bahwa loyalitas nasabah akan terjadi dengan sendirinya karena dengan pelayanan yang baik dan maksimal

yang diberikan BRI Syariah sehingga nasabah akan merasa senang, puas, percaya dan akhirnya akan loyal. Strategi yang digunakan BRI Syariah telah memenuhi standart perbankan sehingga dalam mencari nasabah tidaklah susah karena ditunjang dari pelayanan yang sangat baik serta produk yang dimiliki merupakan kebutuhan para nasabahnya yang serba gratis (Gratis biaya bulanan, Gratis biaya transfer kesemua Bank, dll). Nasabah yang senang, puas, percaya dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru. Mempertahankan semua nasabah yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan mencari nasabah baru karena biaya menarik seorang nasabah baru biayanya lebih mahal dari pada mempertahankan nasabah yang sudah ada, artinya mempertahankan nasabah sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup BRI Syariah, hal ini dikarenakan dengan mempertahankan nasabah, maka dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan bank dalam penjualan produk jasa perbankan tersebut.

Penelitian terdahulu adanya pengaruh *customer intimacy* merupakan strategi bisnis generik berdasarkan pada pendekatan strategi *relationship marketing*. Perbankan yang menggunakan konsep *intimacy* akan mampu membina hubungan dengan para nasabahnya secara lebih baik, hal ini disebabkan perbankan mampu memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari nasabahnya yang tersembunyi, sehingga perbankan mampu menghantarkan pelayanan secara lebih baik yang menimbulkan sikap kepercayaan dan loyal terhadap jasa perbankan.

Hal tersebut yang menjadikan BRI Syariah cabang Jember dituntut untuk menunjukkan keunggulan kompetitif melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif serta efisien sehingga menjadi pilihan dari para nasabah yang nantinya diharapkan loyal untuk tetap setia dan percaya pada BRI Syariah. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : **“Pengaruh *Customer Intimacy* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Jember”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian korelasi. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* dimana tempat penelitian ditentukan dengan sengaja sesuai dengan tujuan penelitian yaitu BRI Syariah Cabang Jember. Sedangkan metode penentuan responden menggunakan metode *simple random sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti antara lain angket, wawancara, observasi, dan dokumen. Analisis data yang digunakan yaitu analisis inferensial.

Analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial yaitu menggunakan analisis garis regresi sederhana dan analisis varian garis regresi yaitu untuk mengetahui kuat tidaknya variabel customer intimacy yang meliputi komunikasi, perhatian dan hubungan relasi (X) terhadap variabel loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember (Y). Sedangkan uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh yang signifikan tentang customer intimacy (X) terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember (Y). Kemudian koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui berapa besar persentase (%) pengaruh customer intimacy (X) terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember (Y).

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Customer Intimacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember. Hasil pengolahan data

dibuktikan dengan menggunakan uji F yaitu $F_{hitung} = 371,409 > F_{tabel} = 3,941$ dengan tingkat signifikan $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. dan koefisien determinasi (R_{square}) sebesar 79,6%. sedangkan sisanya yaitu 20,4% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti yaitu variabel produk, promosi, komitmen dan sebagainya.

Tabel 1. Ringkasan Uji F, Multiple R, dan R Square

Variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig. F	α	R	R _{square}
X terhadap Y	371,409	3,941	0,000 ^a	0,05	0,892 ^a	0,796

Sumber : Data Primer diolah (2014)

Tabel diatas menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 371,409 > F_{tabel} = 3,941$ dengan tingkat signifikan $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa customer intimacy yang meliputi komunikasi, perhatian, dan hubungan relasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember. Untuk koefisien determinasi R_{square} sebesar 0,796, besarnya R_{square} tersebut sama dengan variable customer intimacy X terhadap Y sebesar 79,6%. Sedangkan variabel lainnya yang tidak diteliti (*ei*) sebesar 20,4% dipengaruhi variable bebas lainnya yang tidak diteliti seperti produk, prpmosi dan komitmen. Hubungan antara customer intimacy terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember dapat diketahui dari *Multiple R* sebesar 0,892^a dengan kategori hubungan yang sangat kuat.

PEMBAHASAN

Setelah dilakukan survei dapat diketahui bahwa pengaruh variabel *Customer Intimacy* terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah cabang Jember sangat signifikan yaitu sebesar 79,6%, hal ini ditunjukkan pada efektifitas garis regresi (koefisien determinasi). Adanya strategi *Customer Intimacy* yang dilakukan oleh BRI Syariah cabang Jember merupakan salah satu strategi populer yang digunakan oleh perusahaan maupun perbankan dalam membangun loyalitas nasabah. Strategi *Customer Intimacy* dalam dunia perbankan wajib hukumnya karena *customer intimacy* inilah yang membedakan antara satu bank dengan bank lainnya yang dimana produk dan layanan semua bank syariah nyaris sama.

Customer Intimacy merupakan strategi yang digunakan BRI Syariah cabang Jember untuk menarik dan menjaga hubungan dalam jangka panjang agar nasabah tetap loyal dan percaya terhadap BRI Syariah. Strategi *Customer Intimacy* yang dilakukan BRI Syariah dengan cara mendekati diri kepada semua nasabah dengan pelayanan yang baik dengan menawarkan produk serba gratis yang dimiliki BRI Syariah. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu nasabah di BRI Syariah Cabang Jember yang menjadi responden dalam penelitian ini:

“Saya sudah lebih dari 5 tahun menjadi nasabah di BRI Syariah ini mas, dan saya bisa dibilang salah satu nasabah yang selalu aktif, karena saya merasa puas dengan segala pelayanan maupun

produk yang ada di BRI Syariah tersebut mbak” (AD, 40Th).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa dengan adanya pelayanan dan produk yang memuaskan dapat membuat nasabah memiliki rasa loyal dan setia untuk tetap menggunakan produk di BRI Syariah Cabang Jember tersebut. Dimana pelayanan yang baik tersebut merupakan salah satu dari *Customer Intimacy* yang dijalankan di BRI Syariah Cabang Jember. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Lovelock & Wirt (2011:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sedangkan menurut Kotler (2009:56) kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk terhadap ekspektasi mereka.

Selain itu, adanya *Customer Intimacy* juga merupakan cara dalam mengelola dan menjalin hubungan dengan pelanggan. Hal ini dikarenakan dalam *Customer Intimacy* menekankan adanya komunikasi yang baik antara pihak bank dengan nasabah, perhatian yang diberikan pihak bank kepada nasabah, dan menekankan adanya hubungan relasi yang baik antara pihak BRI Syariah Cabang Jember dengan nasabah. Akan tetapi *Customer Intimacy* yang dilakukan di BRI Syariah Cabang Jember masih sesuai dengan syariat islam. Berikut merupakan hasil wawancara yang

dilakukan peneliti dengan salah satu supervisor di BRI Syariah Cabang Jember.

“Untuk menjalankan usaha di BRI Syariah Cabang Jember ini memang perlu menggunakan beberapa strategi untuk menarik minat para nasabah serta tetap membuat nasabah memiliki rasa loyal pada BRI Syariah ini, akan tetapi strategi pemasaran yang dilakukan BRI Syariah cabang Jember tetap sesuai dengan syariat islam” (AR, 39Th).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa untuk dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah serta untuk meningkatkan loyalitas para nasabah tetap, pihak BRI Syariah Cabang Jember melakukan beberapa strategi seperti *customer intimacy*. Hal ini sesuai dengan pendapat Effendy (1993:45) yang menjelaskan bahwa *customer intimacy* merupakan salah satu strategi populer dalam mempertahankan dan membangun loyalitas pelanggan. Akan tetapi strategi yang dilakukan tersebut masih sesuai dengan syariat islam.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat diketahui bahwa penelitian sudah sesuai dengan rumusan masalah yaitu apakah Customer intimacy berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember. dan seberapa besar pengaruh signifikan *Customer Intimacy* terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan uji Fhitung = 371,409 > Ftabel = 3,941 dengan tingkat signifikan $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa

customer intimacy mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember. Adanya customer intimacy yang dilakukan pada BRI Syariah cabang Jember dapat membuat nasabah memiliki rasa loyalitas. Hal ini dikarenakan adanya *Customer Intimacy* tersebut nasabah merasa puas dengan segala pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, sehingga nasabah akan terus menjadi nasabah yang selalu aktif dan setia pada BRI Syariah cabang Jember tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Indah Fajarwati (2011) yang menunjukkan bahwa variabel customer intimacy mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pada pelanggan CV. Rabbani Assysa kota Bandung. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dan berapa besar pengaruh signifikan customer intimacy terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah cabang Jember dapat terpenuhi.

Customer Intimacy yang dilakukan pada BRI Syariah Cabang Jember lebih menekankan adanya komunikasi yang baik antara pihak bank dengan nasabah, perhatian yang diberikan pihak bank kepada nasabah, dan menekankan adanya hubungan relasi yang baik antara pihak BRI Syariah Cabang Jember dengan nasabah. Adanya hal tersebut yang menyebabkan banyak nasabah yang memiliki rasa loyalitas dan selalu setia untuk menjadi nasabah di BRI Syariah Cabang Jember. Berdasarkan hasil penelitian ini

dapat disimpulkan bahwa *Customer Intimacy* sangat mempengaruhi loyalitas nasabah BRI syariah cabang Jember.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Setelah dilakukan pengolahan data hasil penelitian dapat disimpulkan variabel *Customer Intimacy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah cabang Jember. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *customer intimacy* yang digunakan BRI Syariah cabang Jember dapat memberikan pelayanan yang sangat baik sehingga nasabah merasa nyaman dan akhirnya loyal terhadap BRI Syariah cabang Jember. *Customer Intimacy* meliputi komunikasi, perhatian dan hubungan relasi, sedangkan loyalitas nasabah meliputi senang, kepuasan dan kepercayaan.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran yakni BRI Syariah cabang Jember harus mempertahankan strategi yang sudah ada dan juga menambahkan strategi yang baru yang lebih kreatif dan inovatif. Sedangkan kepada karyawan bank agar tetap meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan terutama *Customer service* dan *Teller* yang harus diberi pelatihan kembali agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian sejenis dengan memasukkan variabel-

variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAK

- [1] Effendy, Onong Uchjana. 1993. *The Theory of Intimacy: Towards An Understanding of Relationship Marketing In A Professional Service Setting*. *UMI Microform 3027353*. Bell and Howell Information and Learning. Desember.
- [2] Wirt, Lovelock. 2011. *Customer Loyalty*. Jakarta: PT. Erlangga.
- [3] Gronroos, Christian. 1994. *From Marketing Mix to Relationship Marketing – Towards a paradigm Shift in Marketing*. *Management Decisions*. Vol. 32. No. 2. pp. 4-20.
- [4] Khan, M.M; Bhatti, M.I. 2008. *Islamic banking and finance : on its way to globalization*. *Managerial Finance*.
- [5] Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran : Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid I. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : PT. Prenhalido