

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN ANGGOTA TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA KSPPS

¹Kuncoro, ²Eko Prasajo

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

Abstract

This study aims to determine the effect of trust and member satisfaction on member loyalty of KSPPS Tamzis Bina Utama, Godean Branch, Yogyakarta. The population used in this study were all members of Tamzis Bina Utama, Godean Branch, with a sample of 150 respondents. The sampling technique used convenience sampling technique. Data collection techniques using observation and a list of questions. The data analysis method used is validity and reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing. The results of this study indicate that trust and satisfaction simultaneously have a positive and significant effect on the loyalty variable.

Keywords: Trust, Satisfaction, Loyalty

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota KSPPS Tamzis Bina Utama Cabang Godean Yogyakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Tamzis Bina Utama Cabang godean, dengan sampel sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan pengamatan dan daftar pertanyaan. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan kepercayaan dan kepuasan secara serempak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas.

Kata Kunci : kepercayaan, kepuasan, loyalitas

Pendahuluan

Indonesia adalah sebuah negara yang kaya sumber daya alam dan memiliki letak geografi sangat strategis, berada di persimpangan lalu lintas perdagangan dunia. Hal ini mendorong bangsa-bangsa lain berebut ingin menguasai Indonesia. Selama kurang lebih tiga abad, Portugis, Inggris, Belanda dan Jepang secara bergantian menduduki Indonesia. Kekayaan alam Indonesia diangkut ke negara mereka sehingga bangsa Indonesia miskin dan menderita. Berkat Rahmat Allah SWT dan perjuangan para pahlawan, bangsa Indonesia berhasil memerdekakan diri pada Tanggal 17 Agustus Tahun 1945. TAMZIS merupakan Lembaga yang awalnya dibentuk oleh Sekelompok Anak Muda Terdidik Pada Tahun 1992 di Kecamatan Kertek, Wonosobo, Provinsi Jawa Tengah. Berbekal idealisme dan tekad yang kuat, modal kecil, pengalaman yang minim serta besarnya tantangan yang harus dihadapi tidak menyurutkan anak-anak muda ini berjuang memperbaiki ekonomi umat dan mewujudkan kemakmuran bangsa Indonesia. Jadi, pada mulanya TAMZIS hanya bergerak dalam bidang pengumpulan Zakat, Infak, Wakaf, dan Sedekah kemudian disalurkan kepada pihak yang pantas untuk menerimanya. Pada Tanggal 14 November 1994, TAMZIS mendapat status Badan Hukum dan bersertifikasi sebagai Koperasi dengan Badan Hukum Nomor 12277/B.H/VI/XI/1994 dari Departemen Koperasi. Sejak memiliki Badan Hukum Koperasi, TAMZIS telah beberapa kali mengalami perubahan bentuk Koperasi. Loyalitas anggota merupakan kecenderungan anggota untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan diatas alternatif tawaran organisasi pesaing. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) yang selanjutnya disebut Tamzis Bina Utama adalah sebuah lembaga keuangan syariah dengan kegiatan utamanya sebagai intermediasi antara anggota yang menitipkan dana dengan anggota yang membutuhkan pembiayaan bagi pengembangan usaha, sebagai lembaga yang berdasarkan syariah maka produk maupun operasionalnya lembaga harus sesuai dengan syariah. KSPPS Tamzis Bina Utama cabang Godean adalah salah satu KSPPS yang berada di wilayah Sleman berdekatan dengan Pasar Godean yang berbadan hukum koperasi. Para pedagang kaki lima yang berada di area pasar serta masyarakat sekitar Godean mengajukan pembiayaan ke KSPPS Tamzis Bina Utama cabang Godean Yogyakarta menjadi salah satu alternatifnya. Produk pembiayaan yang ada pada KSPPS Tamzis Bina Utama cabang Godean Yogyakarta meliputi: Murabahah, Mudharabah, kafalah, wakalah untuk produk yang banyak diminati oleh anggota yaitu murabahah, murabahah merupakan produk pembiayaan dengan menggunakan akad jual beli, anggota yang akan membeli barang dapat mengajukan pembiayaan kepada pihak KSPPS Tamzis Bina Utama cabang Godean Yogyakarta, selanjutnya jika pembiayaan disetujui maka pihak KSPPS Tamzis Bina Utama cabang Godean Yogyakarta akan membelikan barang sesuai dengan perjanjian dan anggota akan membayar barang tersebut sesuai dengan harga beli ditambah dengan margin keuntungan dengan cara cicilan. Loyalitas anggota juga menunjukkan kecenderungan organisasi mendapatkan hasil imbalan dari pilihan berkelanjutan anggota atas tawaran tertentu. Dengan tingkat loyalitas yang diprediksi akan diperoleh suatu asumsi atas nilai waktu kehidupan anggota atau “lifetime member value”. Maka dari itu, seseorang anggota yang loyal akan menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan. Kepuasan anggota merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas anggota, karena anggota yang puas akan cenderung loyal. Bagi setiap badan usaha tersebut.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kepercayaan dan kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota pada KSPPS Tamazis Bina Utama Cabang Godean Yogyakarta?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota pada KSPPS Tamazis Bina Utama Cabang Godean Yogyakarta.

Kajian Pustaka

Loyalitas

Menurut Tommy, dkk (2010:56), Loyalitas dapat dikatakan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu hal yang bukan hanya berupa kesetiaan fisik semata, namun lebih pada kesetiaan non fisik seperti pikiran dan perhatian.

Loyalitas para karyawan dalam suatu organisasi itu mutlak diperlukan demi kesuksesan organisasi itu sendiri. Semakin tinggi loyalitas para karyawan di suatu organisasi, maka semakin mudah bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pemilik organisasi. Begitu pula sebaliknya, bagi organisasi yang loyalitas para karyawannya rendah, maka semakin sulit bagi organisasi tersebut untuk mencapai tujuan-tujuan organisasinya yang telah ditetapkan sebelumnya oleh para pemilik organisasi.

Loyalitas memberi pengertian yang sama atas loyalitas merek dan loyalitas pelanggan. Memang benar bahwa loyalitas merek mencerminkan loyalitas pelanggan terhadap merek tertentu, tetapi apabila pelanggan dimengerti sama dengan konsumen, maka loyalitas konsumen lebih luas cakupannya daripada loyalitas merek karena loyalitas konsumen mencakup loyalitas terhadap merek. Loyalitas adalah tentang *presentase* dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama.

Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pemakaian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu perusahaan. Dan mereka berhasil menemukan bahwa kualitas keterhubungan yang terdiri dari kepuasan, kepercayaan dan komitmen mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas.

Menurut Griffin (2013:99), mengemukakan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal antara lain:

1. Mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal).
2. Mengurangi biaya transaksi (seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pesanan, dll).
3. Mengurangi biaya turn over pelanggan (karena pergantian pelanggan yang lebih sedikit).
4. Meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
5. Word of mouth yang lebih positif dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.
6. Mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya pergantian, dll).

Kepuasan

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih baik murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari persaingan.

Menurut Irawan (2009:53), mengatakan “Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini biasa lebih kurang atau lebih”.

Menurut Kotler (2012:185), Perusahaan harus berfokus pada pembentukan keunggulan pelanggan. Kemudian mereka akan memberikan nilai kepuasan pelanggan yang tinggi, yang menghasilkan pembelian ulang yang tinggi dan akhirnya profitabilitas perusahaan yang tinggi juga.

Jadi, apabila pelanggan sudah merasa puas maka pelanggan tersebut akan membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan pelanggan tersebut enggan membeli kepada produk perusahaan lain karena ia sudah merasa puas dengan menggunakan produk tersebut. Dan bahkan tidak sedikit pelanggan yang merasa terpuaskan, akan merekomendasikan produk tersebut kepada konsumen lainnya. Pembelian ulang serta promosi secara tidak langsung ini tentu saja akan meningkatkan jumlah penjualan produk perusahaan yang akhirnya juga meningkatkan laba atau profitabilitas perusahaan.

Kepercayaan

Konsep kepercayaan pelanggan digunakan dalam penelitian ini sebagai landasan untuk memahami konsep dan indikator pengukuran kepercayaan pelanggan.

Menurut Mancintosh dan Lockskin (2009:489), mengemukakan definisi kepercayaan pelanggan: “*define trust as one party’s confidence in an exchange partner’s reliability and integrity*”. Definisi kepercayaan pelanggan tersebut, menunjukkan bahwa salah satu pihak percaya dan menyakini kehandalan dan integritas partner dalam pertukaran.

Menurut Lau dan Lee (1999), mendefinisikan kepercayaan sebagai kesiediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Kepercayaan juga diartikan sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut.

Berdasarkan beberapa definisi *trust* di atas, maka kepercayaan pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rasa percaya pelanggan pada perusahaan atau merek karena pelanggan tersebut yakin bahwa perusahaan/merek mampu memberikan nilai melebihi harapannya. Inti yang membuat pelanggan percaya pada perusahaan atau merek tertentu adalah dalam janji yang disampaikan kepada pelanggan, janji tersebut mampu dilaksanakan dan semua personil perusahaan komitmen untuk memenuhi janji tersebut, perusahaan atau merek tertentu.

Metode Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik teknik *convenience sampling* atau mengambil sampel secara kebetulan sesuai

dengan yang ditemui oleh peneliti pada waktu melakukan penelitian, yaitu 150 anggota di KSPPS Tamzis Bina Utama Cabang Godean Yogyakarta.

Dalam penelitian ini data dan sumber data yang digunakan, yaitu data primer untuk menggali informasi langsung dari responden. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian adalah dengan metode kuesioner yaitu memberikan daftar pertanyaan terstruktur yang disesuaikan dengan materi penelitian untuk diisi oleh responden, yang kemudian jawaban dari responden dianalisis.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda karena penelitian ini dirancang un-tuk meneliti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demiki-an model analisis dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Level pengujian menggunakan *alpha* (α) 5 % dan pengolahan data dilakukan dengan *software* SPSS.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian:

- Apabila $\text{sig } t \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima pada ($\alpha = 0,05$).
- Apabila $\text{sig } t > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak pada ($\alpha = 0,05$).

Hasil Analisis

Hasil Pengujian terhadap model regresi berganda terhadap variabel kepercayaan (X_1), kepuasan (X_2), yang mempengaruhi loyalitas anggota KSPPS Tamzis Bina Utama.

- a. Hipotesis 1: hubungan antara pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota pada KSPPS Tamzis Bina Utama. Dengan melihat nilai t hitung kepercayaan (7,256) lebih besar dari nilai t tabel (1,655) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi pada kesimpulan di atas variabel pengaruh kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas anggota pada KSPPS Tamzis Bina Utama.
- b. Hipotesis 2: hubungan antara kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota pada KSPPS Tamzis Bina Utama. Dengan melihat nilai t hitung kepuasan anggota (7,938) lebih besar dari nilai t tabel (1,655) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi pada kesimpulan di atas variabel kepuasan anggota berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas anggota pada KSPPS Tamzis Bina Utama.
- c. Hipotesis 3: hubungan antara pengaruh kepercayaan dan kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota pada KSPPS Tamzis Bina Utama. Dengan melihat nilai f hitung (103,175) dari ketiga variabel lebih besar dari f tabel (2,67) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi kesimpulan di atas variabel bebas pengaruh kepercayaan, dan kepuasan anggota berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota pada KSPPS Tamzis Bina Utama.

Pembahasan

Dengan melihat nilai t hitung kepercayaan (7,256) lebih besar dari nilai t tabel (1,655) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi pada data di atas variabel kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas anggota KSPPS Tamzis Bina Utama.

Hasil ini juga didukung dan sejalan oleh penelitian yang dilakukan Altje Tumble (2016) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan”. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel Kepercayaan Dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan secara positif dan signifikan. Berdasarkan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil pengujian nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0.588. Nilai Koefisien Determinasi di atas 0,5 dapat dikatakan sangat baik. Artinya, terbentuknya loyalitas nasabah merupakan kontribusi sumbangan dari kepercayaan, dan kepuasan nasabah sebesar 58,80% dan sisanya sebesar 41,20% terbentuk dari kontribusi variabel lain yang tidak diteliti.

Dengan melihat nilai t hitung kepuasan anggota (7,938) lebih besar dari nilai t tabel (1,655) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi pada data di atas variabel kepuasan anggota berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas anggota KSPPS Tamzis Bina Utama

Hasil ini juga didukung dan sejalan oleh penelitian yang dilakukan dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septia Rachma Wardani (2015) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta”. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas jamaah umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta. Pengaruh yang diberikan variabel kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas jamaah umroh sebesar 43,7%, sedangkan sisanya sebesar 56,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Dengan melihat nilai f hitung (103,175) dari ketiga variabel lebih besar dari f tabel (2,67) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi kesimpulan di atas variabel bebas pengaruh kepercayaan, dan kepuasan anggota berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota pada KSPPS Tamzis Bina Utama.

Hal ini bisa dilihat bahwa Penelitian terdahulu Anggiat Parluhutan Tambunan (2018) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Daerah Di Kota Medan”. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti untuk meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank dapat dilakukan dengan cara memperbaiki kepercayaan nasabah Bank Daerah Kota Medan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 12,756, sedangkan nilai F tabel 0,05 adalah 3,09. Karena F hitung lebih besar dari F -tabel maka disimpulkan menolak H_0 dan menerima H_a . Artinya, secara serempak

variabel kepercayaan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dapat menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) antara kepercayaan dan kepuasan nasabah dengan loyalitas adalah sebesar 0,416. Artinya, sebesar 41,60 % dari perubahan loyalitas dapat dijelaskan oleh perubahan kepercayaan dan kepuasan nasabah, sedangkan sisanya 58,40 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kepuasan baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS Tamzis Bina Utama. sebesar 57,8% sedangkan 42,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam variabel penelitian ini.

Saran

Bagi manajemen KSPPS Tamzis Bina Utama, hendak-nya melakukan survei berkala mengenai bagaimana kepuasan anggota. Selain itu juga meningkatkan kepercayaan anggota melalui peningkatan kemampuan karyawan KSPPS dalam melayani anggota guna meningkatkan kualitas pelayanan yang akan berdampak pada kepuasan anggota dan loyalitas anggota.

Daftar Pustaka

- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Deutsch, & Andreson. (2008). *Complementary Therapis for Physical Therapy*. United States: Saunders Elsevier. *JAMA*, 299 (24), 2902-2903.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W. (2013). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hasan, Ahm. Ridwan. 2013. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Ika, N. D. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah, di PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Malang. *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya Malang*. Vol. 2 No 7. 3-7
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jugiyanto. (2010). *Analisis dan Desain Sistem Informasi, Edisi IV*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Kementerian Koperasi dan UKM. Surat Keputusan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 91 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Bab I Pasal 1 (91).
- Kennedy. (2009). *Does patient satisfaction affect patient loyalty? International Journal of Health Care Quality Assurance. Vol.24 No.4, 266-273.*
- Kotler. (1997). *Manajemen Pemasaran. Edisi 4. Bandung: Erlangga*
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.*
- Lua, G. T., & Lee, S. H. (2009). *Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. Journal of Market-Focused Management , 321-370.*
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.*
- Macintosh, G., & Lockshin, L. S. (2007). *Retail relationships and store loyalty: a multilevel perspective. International Journal of Research in Marketing. Vol 5, 487-497*
- Madjid, Abd. Baihaqi dan Rasyid, A. S. (2010). *Paradigma Baru Ekonomi Kerakyatan Sistem Syariah Perjalanan Gagasan dan Gerakan BMT di Indonesia. Jakarta: Pinbuk. 18 (2), 9-30*
- Parasuraman, A, Zeithml, Valarie A. And Berry, Leonard L. 1998. *Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. Jurnal of retailing, Vol 67, No.4: 420-450*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B. Bandung: Alfabeta.*
- Sukardi. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya. Yogyakarta: Bumi Aksara.*
- Tambunan, P. A. (2018). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Daerah di Kota Medan. Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix. Vol 1. No 1. p-ISSN: 2622 - 5204*
- Tamzis. *Uraian Kerja Manajemen Kantor Cabang. Wonosobo (diakses 26 Oktober 2022)*
- Tamzis, 2014. *Standar Kerja Tamzis. Wonosobo (diakses 26 Oktober 2022)*
- Tamzis. *Rapat Anggota Tahunan (RAT) Tutup Buku Tahun 2017 KSPPS Baituttamwil Tamzis. Wonosobo (diakses 26 Oktober 2022)*
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.*

- Tjiptono, F. (2010). Strategi Pemasaran, Edisi 2 Yogyakarta.: Andi Offset.
- Tommy, & dkk. (2010). Analisis Pemotivasian dan Loyalitas Karyawan Bagian Pemasaran PT. PALMA ABADISENTOSA di Palangka Raya. Vol.1 No.2. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Universitas Kristen Petra.* 176-193
- Tumbel, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.* 3 (1), 64-79.
- Umar, H. (2019) *Metode Riset Manajemen Perusahaan.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Wardani, S. R. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. Nur Rahmadhan Yogyakarta, Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga.
- Yin, yee, and T.M. Faziharudean. (2010). *Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia. Journal of Eletronic Banking Systems Faculty of Businness And Accountancy.* University Of Malaya. 10.5171/2010.592297
- WWW.Kemenkeu.go.id (diakses 26 Oktober 2022)
- WWW.Tamzis.id (diakses 26 Oktober 2022)