

DAFTAR PUSTAKA

Angamuthu, B., 2015, *Impact of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction and Its Role Towards Customer Loyalty and Retention Practices in Hotel Sector*. *BVIMSR Journal of Management Research*. Vol. 7, Issue-1, pp 43-52.

Buttle, F, 2007, *Customer Relationship Management : Concept and Tools*. Malang : Bayu Media Publishing.

Carissa, A. O., Fauzi, A., dan Kumadji, S., 2014, Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bandung Sport Distro Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15, No. 1, pp 1-11.

Darsono, L., I, 2008, Hubungan *Perceived Service Quality* dan Loyalitas : Peran *Trust* dan *Satisfaction* sebagai Mediator. The 2nd National Conference Unika Widya Mandala, Surabaya.

Gaffar, V., 2007, CRM dan MPR Hotel, Bandung, CV. Alfabeta.

Gasperz, V., 2013, *All in One 150 Key Performance Indicators*. Trialbross Publishing : Bogor.

Ghozali, I., 2014, *Structural Equation Modeling-Metode Alternatif dengan Partial Least Square*, Edisi Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Griffin, J., 2005, *Customer Loyalty : How to Earn It, How to Keep It*, Jakarta : Penerbit Erlangga.

D.R., dan Mowen., M.M., 2009, *Akutansi Manajerial*, Salemba Empat : arta.



Hoffman, D., Bateson, J.E.G., Elliot, G., dan Birch, S., 2010, *Service Marketing : Concepts, Strategies, and Cases*. Asia Pasific Edition, Cengage.

Iriandini, A., P., Yulianto, E., dan Mawardi, M., K., 2015, Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan PT Gemilang Libra Logistics, Kota Surabaya), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 23, No. 2, pp 1-8.

Kincaid, J., 2008, *Customer Relationship Management : Getting it Right*, New Jersey : Prentice Hall.

Khedkar, E., B. 2015, Effect of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction and Loyalty, *International Journal of Management*, Vol. 6, No. 5, pp 1-7.

Kocoglu, D., 2012, Customer Relationship Management and Customer Loyalty : A Survey in the Sector of Banking, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 3, pp. 282-291.

Kotler, Philip, dan Amstrong, Gary, 2005, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo.

Kotler, Philip, dan Keller, K., L, 2016, *Marketing Management*, 15th edition, Pearson Education, Inc.

Kristian, F., A., B., P, dan Panjaitan, Hotman, 2014, Analysis of Customer Loyalty Through Total Quality Service, Customer Relationship Management and Customer Satisfaction, *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, Vol. 3, No. 3, pp 142-151.

A., M, 2008, Customer Relationship Management and Service Quality Analysis Toward Customer Value Through Customer Satisfaction on Government Bank at Surabaya. Disertasi. Pascasarjana Untag Surabaya.



- Lacej, Arnil, dan Kalaj, Ermira H, 2015, The Effect of Consumer Relationship Management on Satisfaction and Loyalty : A Focus on Albanian Tour Operator Business, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 6, No. 2, pp 635-642.
- Laudon, K., C, dan Traver, C., G., 2002, *E-Commerce : Business, Technology, Society*. USA : Pearson Education, Inc.
- Long, C., S, dan Khalafinezhad, R., 2012, Customer Satisfaction and Loyalty : A Literature Review in the Perspective of Customer Relationship Management. *Journal of Applied Business and Finance Researches*. Vol. 1, No. 1, pp 6-13.
- Wan, I., W., K, dan Abd Rasid, S., Z, 2013, Impact of CRM Factors on Customer Satisfaction and Loyalty, *Asian Social Science*, Vol. 9, No. 10, pp. 247-253.
- Lukas, A.P., 2006, *Customer and Partner Relationship Management*. Jakarta : Telematic Research Group.
- Lupiyoadi, R., 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*. Edisi 13. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Munandar, D., 2011, The Effect of Customer Relationship Management Toward Customer Loyalty Business at PT Frisian Flag Bandung. *Majalah Ilmiah Unikom*, Bandung Edisi 14.
- Naveen, Sudhamsetti, dan Venkataramana, M., 2014, Customer Relationship Management : Overview & Emerging Principles, *International Journal of Scientific and Research Publications*, Vol. 4., Issue. 5., pp. 1-3.
- Oliver, R., 1999, Whence Consumer Loyalty, *Journal of Marketing (Special Issues)*, Vol. 63.

, H., 2011, The Affects of Service Marketing Strategies And Service Quality Consumer Satisfaction and Its Impact on Consumer Loyalty at PT



Star Finance East Java. *Proceeding Simposium Riset Ekonomi V* , 6 Oktober 2011, pp 57-66.

Robinette, Scott, dan Brand, C., 2001, *Emotion Marketing : The Hallmark Way of Winning Customers for Life*. USA : McGraw-Hill.

Schiffman, L., G, dan Kanuk, L., L, 2004, *Consumer Behaviour*, 6th edition Prentice Hall International Inc, New Jersey.

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Manajemen*, CV Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, F., 2008, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Treacy, M., dan Wiersma, F., 1997. *The Discipline of Market Leaders: Choose Your Customers, Narrow Your Focus, Dominate Your Market*. Massachusetts: Addison-Wesley.

Tunggal, A., W, 2008, *Dasar-Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta : Harvindo.

Wetsch, L., R, 2006, *Trusted Third Parties : Evaluating Their Effect on Online Consumer Buying Intentions*, Working Paper, School of Business Queen's University.

Wongsansukcharoen, J., Trimetsoontorn, J., and Fongsuwan, W., 2013, Social Customer Relationship Management And Differentiation Strategy Affecting Banking Performance Effectiveness. *Research Journal of Business Management*. Vol. 7, No. 1, pp 15-27.

V., A, dan Bitner, M., J, 2003, *Service Marketing*, New York : McGraw Hill



Hasil SPSS uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.989	21

CRM (proses, teknologi, dan SDM)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.981	13

KEPUASAN NASABAH

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	3

LOYALITAS NASABAH

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.995	5



Hasil SPSS Path Analysis

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 ^a	.980	.979	.11774

a. Predictors: (Constant), CRMSDM, CRMTEKNOLOGI, CRMPROSES

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130.463	3	43.488	3136.779	<.001 ^b
	Residual	2.717	196	.014		
	Total	133.180	199			

a. Dependent Variable: KEPUASANNASABAH

b. Predictors: (Constant), CRMSDM, CRMTEKNOLOGI, CRMPROSES

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.214	.303		-7.319	<.001
	CRMPROSES	.746	.123	.895	6.041	<.001
	CRMTEKNOLOGI	-.016	.118	-.019	-.135	.893
	CRMSDM	.104	.037	.117	2.811	.005

a. Dependent Variable: KEPUASANNASABAH



Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.995 ^a	.991	.991	.10284

a. Predictors: (Constant), CRMSDM, CRMTEKNOLOGI, CRMPROSES

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	224.482	3	74.827	7074.777	<.001 ^b
	Residual	2.073	196	.011		
	Total	226.555	199			

a. Dependent Variable: LOYALITASNASABAH

b. Predictors: (Constant), CRMSDM, CRMTEKNOLOGI, CRMPROSES

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.178	.264		19.597	<.001
	CRMPROSES	1.314	.108	1.209	12.186	<.001
	CRMTEKNOLOGI	.000	.103	.000	.004	.997
	CRMSDM	-.259	.032	-.223	-8.011	<.001

a. Dependent Variable: LOYALITASNASABAH



Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.976 ^a	.953	.953	.23194

a. Predictors: (Constant), KEPUASANNASABAH

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	215.903	1	215.903	4013.287	<.001 ^b
	Residual	10.652	198	.054		
	Total	226.555	199			

a. Dependent Variable: LOYALITASNASABAH

b. Predictors: (Constant), KEPUASANNASABAH

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.936	.296		20.046	<.001
	KEPUASANNASABAH	1.273	.020	.976	63.351	<.001

a. Dependent Variable: LOYALITASNASABAH



KUISIONER PENELITIAN

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Lama menjadi nasabah :

Simbol	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju



NO	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
1	Proses (P)					
	Saya memiliki kesan positif terhadap layanan BCA KCP Maros yang cepat dan tepat.					
2	Selama menjadi nasabah saya memiliki interaksi yang menyenangkan dengan karyawan BCA KCP Maros.					
3	Ketika saya membutuhkan solusi dengan segera, maka tidak sulit bagi saya untuk mendapatkan solusi dari BCA KCP Maros.					
4	Menurut saya layanan yang diterapkan oleh BCA KCP Maros selama ini sudah sesuai bahkan melebihi dari harapan.					
5	Teknologi (T)					
	Tidak sulit bagi saya untuk mengakses layanan dan produk BCA karena semua fitur sudah tersedia pada aplikasi dan website yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja.					
6	Saya memiliki pengalaman yang sangat menyenangkan saat menggunakan mesin STAR Teller / CS Digital / E- Branch / E- Services / CS Digital di BCA KCP Maros.					
7	Kebutuhan saya segera terpenuhi saat menggunakan mesin-mesin digital yang dimiliki BCA.					
8	Menurut saya sistem teknologi yang diterapkan oleh BCA selama ini sudah sesuai bahkan melebihi dari harapan.					



	Sumber Daya Manusia (SDM)					
9	Karyawan BCA KCP Maros memiliki kecakapan yang cukup baik terbukti dengan karyawan yang mampu menjelaskan produk secara detail dan tepat.					
10	Karyawan BCA KCP Maros memiliki tanggung jawab yang tinggi dan Inisiatif dalam memberikan solusi dari kebutuhan nasabah.					
11	Karyawan BCA KCP Maros sangat responsif dan perhatian terhadap semua nasabah.					
12	Karyawan BCA KCP Maros selalu antusias dan ramah terhadap setiap nasabah.					
13	Menurut saya SDM yang dimiliki oleh BCA KCP Maros selama ini sudah sesuai bahkan melebihi dari harapan.					
	Kepuasan Nasabah (KN)					
14	Kebutuhan perbankan saya terpenuhi setelah menggunakan produk dan solusi yang diberikan BCA KCP Maros.					
15	Saya merasa puas atas pelayanan (service) dari BCA KCP Maros.					
16	Menurut saya, Produk dan Solusi dari BCA KCP Maros telah sesuai bahkan melebihi dari harapan.					
	Kepercayaan Nasabah (LN)					



	Saya akan selalu menggunakan produk dan solusi yang diberikan BCA KCP Maros.					
18	Saya akan merekomendasikan BCA KCP Maros kepada teman, keluarga, dan pihak lain.					
19	Jika ada Bank lain yang menawarkan produk serupa dengan milik BCA KCP Maros maka saya akan menolaknya.					
20	Saya akan tetap menjadi nasabah, walaupun terdapat pemberitaan negatif tentang BCA KCP Maros.					
21	Saya akan tetap memilih produk BCA KCP Maros walaupun terdapat produk serupa dari pesaing yang menawarkan keuntungan lebih.					

