

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Kumar, Day, & Leone (2011). *Marketing Research (10th Edition)*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Adi dan Purwanto. 2006. "Analisis Pengaruh Implementasi Relationship Marketing Di Sebuah Penyedia Jasa Internet Di Karanganyar Pada Kepuasan Pelanggan , Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Pelayanan (Jurnal). Fokus Manajerial, Bandung
- Aprilliyani, Renny. "Pengaruh Kreativitas karyawan terhadap pengembangan Inovasi Baru Bagi Perusahaan." *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi* 1.1 (2006).
- Ardiyanti Puspita Dewi, 2014. "Pengaruh Anggaran dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Manajerial". Bandung.
- Ardiyanto, D. F. (2013). Pembelajaran dengan pendekatan kontekstual Berbantuan hands on problem solving untuk meningkatkan rasa ingin tahu dan prestasi belajar siswa. Prosiding Universitas Yogyakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*.
- Ball, D., Coelho, P.S., and Machas, A (2004). " The Role of Communication and Trust in Explaining Customer Loyalty: an Extension to The ECSI Model." *European Journal of Marketing*, Vol. 38.
- Bowen, J, and Shoemaker, S (1998), *Loyalty: A Strategy Commitment*, Cornell H.R.A, Quarterly, Vol 2. pp. 12-25.
- Bowo, N.H. 2003. Analisis Pengaruh Kepercayaan untuk mencapai hubungan jangka panjang, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol.2.no.1. pp.85-92.
- Bruce Andy dan Ken Langdon, 2004, *Putting Customer First*, Zeenith Publisher, Yogyakarta.
- Buttle, Francis. 2004. *Customer Relationship Management Concept and Tools*. Elsevier Ltd.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management (Terjemahan Arief Subianto)*, Bayumedia Publishing.
- Capel dan Ndubisi. 2011. The antecedent of relationship quality in Malaysia and New Zealand. *International Journal of Quality & Reliability Management*.

- Chan, Syafruddin. 2003. Relationship Marketing, Inovasi Pemasaran Yang Membina Pelanggan Bertekuk Lutut. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Challagan, Michael and Robin N. Shaw. 2002. "Relationship Orientation: Towardsman Antecedent Model Of Trust in Marketing Relationship" Working Paper, Deakin University.
- Dewi, C. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta. Jurnal Informatika, 1.
- Dewi, Made Yustiari dan I Ketut Sujana. 2014. "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Pada Praktik Perataan Laba dengan Janis Industri sebagai Variabel Pemoderasi di BEI". ISSN 2302-8556. E-Journal Akuntansi Universitas Udayana.
- Dubrin, A.J. (1984). Foundation of Organizational Behavior an Applied Perspective. London: Prentice-Hall International Inc.
- Egan, J. (2011). Relationship Marketing: Explaining Relational Strategies in Marketing (4th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Ellena, Frieda. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah. Fakultas Ekonomi. Univertsitas Dipenogoro Semarang.
- Evans, Joel R and Lanskin. 1994. "The Relationship Marketing Process A Conceptualization and Aplication". Industrial Marketing Manajemen.
- Fandy, Tjiptono (2005). Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta : Penerbit Bayumedia Publishing.
- Fred R. David , Manajemen Strategi Konsep, (Jakarta : Prenhalindo, 2002).
- Foster, B D dan John Q, Cadogan. 2000. Relationship Selling and Costumer Loyalty: An Empirical Investigation. Marketing Investigation and Planning, 18/4.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gundlach, G.T dan Murphy, P.E. 1993. Ethical and Legal Foundations of Relational Marketing Exchanges dalam Journal of Marketing, Vol.57, Oktober, hlm 35-46.
- Gundlach. 1995. The Structure Of Commitment in Exchange: Journal Of marketing.

- Griffin, Moorhead. 2013. Perilaku Organisasi (manajemen sumber daya manusia dan organisasi). Edisi 9. Salemba empat.
- Hartono (2008) SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian, Pustaka Pelajar & Zanava.
- Huigang, Liang, Wang, Zhining Ninxin (2006). Knowledge Sharing, Intellectual Capital and Firm Performance.
- H. Lovelock Christoper & Laurent K. Wright, Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2005.
- John, Scanzoni. 2000. From the Normal Family to Alternate Families to the Quest for Diversity With Interdependence : Journal Of Family Issue
- Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol 2, No 3 (2014): Jurnal EMBA, HAL 973 – 1089.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Dekdikbud, Jakarta : Balai Pustaka : 1998).
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2006, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12, Terjemahan : Bob Sabran, M.M, Jakarta :Erlangga.
- Kotler, Philip., (1997), “Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol”, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kusmayadi, Tatang, 2007, Pengaruh Relationship Quality terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan, STIE STAN Indonesia Mandiri, Jepara.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Malayu S.P Hasibuan. 2007. Dasar-dasar Perbankan. PT. Bumi Aksara : Jakarta
- Martono, Nanang. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Mas'ud, Fuad (2004), Survai Diagnosis Organisasional (Konsep dan Aplikasi). Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Moorman, Despandhe, Zaltman. 1992. Relationship Between Providers and User of Marketing Research. Journal of Marketing Research .
- Moh. Nazir. (1998). Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Morgan, robert M & Hunt. 1994. “The Commntment-Trust Theory of Relationship Marketing”. Journal of Marketing.

- Mudrajad Kuncoro, (2013). "Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi" Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Muniroh, Zaidatul. 2017. Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Intervening Pada Bank Bri Syariah Kantor Cabang Semarang. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Insitut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Saputra, Murry Harmawan. 2011. Pengaruh Relationship Marketing Pada Loyalitas Mahasiswa Program Magister Sains Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Gadjra Mada Yogyakarta. Tesis, Manajemen, Universitas Gadjra Mada.
- Ndubisi, Nelson, Oly. 2006. Effect on Gender on Customer Loyalty : A Relationship Marketing Approach. Marketing Intelligence & Planning, Vol. 24 No. 1.
- Ndubisi, Nelson Oly, & Chan Kok Wah. (2005). Factorial and Discriminant.
- Ndubisi. 2007. "Relationship Marketing and Customer Loyalty". Journal Of Marketing. Oliver, Richard Y., 1999, "Whence Consumer Loyalty", Journal of Marketing., Volume 63 Special Issue, pp. 33-44.
- Ndubisi, N.O. (2007, March). Relationship marketing and customer royalty. Marketing Intelligence & Planning, Vol 25, No. 1, pp. 98-106. Retrieved 2007, from ABI/INFORM (Proquest) database.
- Peelen, Ed dan Beltmen, Rob (2013). Customer Relationship Management. United Kingdom : Person Education Limited.
- Ramadania, 2002, "Kepercayaan dan Komitmen sebagai Perantara Kunci Relationship Marketing dalam Membangun Loyalitas". Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, Vol. 2, No. 1, h. 33-52.
- Robben P.S., (2008). Perilaku Organisasi, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta, PT. Indeks.
- Robbins, S.P., 2006. "Organizational Behavior: Concept, Controversies, and Application", Edisi 5, Englewood Liffs, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Samuel, Hatane, 2012, Customer Relationship Marketing Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Perbankan Nasional, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 7, No. 1, (April 2011, pp 33-41).
- Sekaran, Uma. 2006. Research Method for Bussines, edisi ke Empat, terjemahan oleh Kwan Men yon, Salemba Empat, Jakarta.

- Silmi, Sulhida. 2012. Persepsi Nasabah tentang Relationship Marketing dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas (Studi Pada Nasabah Tabungan Utama PT. Bank Mega Syariah Cabang Malang. Skripsi, Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang.
- Singarimbun, M. and Sofian, E. (2006) 'Metode Penelitian Survei', Metode Penelitian Survei.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. 2005. Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis, Yogyakarta : UII press.
- Supranto, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 230,243.
- Taswan. SE. 2006. Manajemen Perbankan. STIE YKPN, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2008. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wibowo, S. 2006. "Implementasi Relationship Marketing Pada Industry Hospitality". Jurnal Utilitas. Vol. 14 No. 2. Halaman 182.

Lampiran 1:

Kuesioner Penelitian

Magister Manajemen

Kepada YTH

Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini Saya;

Nama : Setiawan Saleh

NIM : A012182037

Fakultas : Pasca Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Hasanuddin

Sedang mengadakan penelitian dengan judul Tesis **“Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah serta Dampaknya pada Strategi Bisnis PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk”**. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantaun Bapak/ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar – benarnya berdasarkan atas apa yang Bapak/Ibu/Sdr/I rasakan. Jawaban yang Bpk/Ibu/Sdr/I rasakan berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, atas kesediaan dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian:

Pada pertanyaan dibawah ini, Anda dimohon untuk mengisi pertanyaan – pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya.

Identitas Responden:

1 Jenis Kelamin : Laki – Laki

Perempuan

2 Umur :

3 Pendidikan Terakhir : SMP SMA

Diploma S1

S2 S3

Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi yang Anda alami atau rasakan, dengan cara memberikan (√) pada pilihan jawaban yang tersedia dari mulai skal 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju).

Keterangan:

- STS : Sangat Tidak Setuju (Skor 1)**
- TS : Tidak Setuju (Skor 2)**
- N : Netral (Skor 3)**
- S : Setuju (Skor 4)**
- SS : Sangat Setuju (Skor 5)**

1. Komitmen

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Bank Mandiri memberikan jaminan kepada produk yang di tawarkan kepada saya					
2	Bank Mandiri menawarkan layanan secara personal untuk memenuhi kebutuhan saya					
3	Bank Mandiri sangat fleksibel saat layanan mereka mengalami perubahan.					
4	Bank Mandiri mampu memenuhi janji terhadap produk yang ditawarkan					

2. Komunikasi

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Bank Mandiri menyediakan informasi yang tepat dan akurat kepada saya					
2	Ketika terdapat layanan yang baru Bank Mandiri segera menginformasikan kepada saya					
3	Bank Mandiri membuat dan menepati janjinya kepada saya					

3. Penanganan Konflik

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Bank Mandiri tidak mencoba menghindar ketika terjadi konflik					
2	Bank Mandiri berusaha menangani konflik sebelum terjadi suatu masalah.					
3	Bank Mandiri memiliki kemampuan secara terbuka untuk mendiskusikan solusi ketika masalah timbul.					

4. Kepercayaan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya percaya Bank Mandiri menjaga kerahasiaan data pribadi saya					
2	Saya percaya Bank Mandiri menjanjikan produk yang terpercaya kepada saya					
3	Saya percaya Bank Mandiri memberikan layanan yang berkualitas dan konsisten					
4	Saya percaya Bank Mandiri memenuhi kewajiban kepada saya seperti menjelaskan tentang produk yang dimilikinya					
5	Saya percaya produk Bank Mandiri telah sesuai dengan ketentuan ketentuan yang berlaku di pemerintah					

5. Loyalitas

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Sebagai nasabah Bank Mandiri saya sering melakukan transaksi berulang-ulang					
2	Saya merekomendasikan Bank Mandiri kepada pihak lain					
3	Saya menggunakan jasa lain yang ditawarkan Bank Mandiri					
4	Sebagai nasabah Bank Mandiri saya tidak terpengaruh tawaran dari bank lain.					

Lampiran 2 : Uji Validitas X1 Variabel Komitmen

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1. 1	Pearson Correlation	1	,500**	,451**	,496**	,766**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1. 2	Pearson Correlation	,500**	1	,402**	,570**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1. 3	Pearson Correlation	,451**	,402**	1	,500**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1. 4	Pearson Correlation	,496**	,570**	,500**	1	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TO TA L_X 1	Pearson Correlation	,766**	,761**	,788**	,816**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

Lampiran 3 : Uji Reliabilitas X1 Variabel Komitmen

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
,782	4			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12,04	4,019	,590	,730
X1.2	12,08	4,155	,599	,729
X1.3	12,26	3,447	,549	,764
X1.4	12,13	3,690	,651	,696

Lampiran 4 : Uji Validitas X1 Variabel Komunikasi

Reliability Statistics					
Cronbach's Alpha					N of Items
					,727
					3

Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,559**	,718**	,866**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,559**	1	,698**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,718**	,698**	1	,907**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	,866**	,862**	,907**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,414**	,635**	,819**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,414**	1	,411**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,635**	,411**	1	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,819**	,786**	,824**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

Lampiran 5 : Uji Reliabilitas X1 Variabel Komunikasi

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8,05	2,311	,611	,576
X2.2	8,32	2,119	,456	,776
X2.3	8,35	2,230	,606	,575

Lampiran 6 : Uji Validitas X1 Variabel Penanganan Konflik

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,847	3

Lampiran 7 : Uji Reliabilitas X1 Variabel Penanganan Konflik

Lampiran 8 : Uji Validitas Y Variabel Kepercayaan

Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,612**	,706**	,486**	,676**	,825*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,612**	1	,720**	,723**	,537**	,840*
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,706**	,720**	1	,769**	,702**	,921*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,486**	,723**	,769**	1	,567**	,831*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,676**	,537**	,702**	,567**	1	,825*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100

TO TA L_ Y	Pearson Correlation	,825**	,840**	,921**	,831**	,825**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

Lampiran 9 : Uji Reliabilitas Y Variabel Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,903	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	17,24	6,831	,717	,890
Y2	17,34	7,035	,753	,882
Y3	17,38	6,299	,865	,856
	17,39	6,968	,735	,886
Z1				*
Z2				*
Z3				*
Z4				*
TOTAL_				*
Y4				*
Y5	17,29	6,854	,719	,889

Lampiran 10 : Uji Validitas Z Variabel Loyalitas

Lampiran 11 : Uji Reliabilitas Z Variabel Loyalitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,786	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1	11,43	5,844	,587	,738
Z2	11,27	6,199	,703	,691
Z3	11,72	5,800	,654	,703
Z4	12,29	6,127	,470	,803

SEKIAN DAN TERIMA KASIH