

DAFTAR PUSTAKA

- Chan, Syafruddin. *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003
- Daryanto. *Manajemen Pemasaran*. Sari Kuliah Bandung, 2011
- Evans, J. R., & Laskin, R. L. *The Relationship Marketing Process: A Conceptualization and Application*. *Industrial Marketing Management*, 23, 194:439-452.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009
- *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011
- *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2012
- Junistyaningrum Nurulita dan Sugiarto Y. *Pengaruh Implementasi Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*. *Diponegoro Journal of Accounting* 5(1), 2016:1 – 14.
- Juwita, Fransisca Yaningwati dan Dahlan Fanani. *Pengaruh Implementasi Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Nasabah PT. XXX Cabang Malang)*. *Jurnal Fakultas Administrasi, Universitas Brawijaya*. Malang, 2013
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2014
- Kotler, Philip. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi Bahasa Indonesia. Alih bahasa: Hendra Teguh, Ronny A. Ruslidan Benyamin Molan, PT. Prenhallindo. Jakarta, 2009
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane, dalam kutipan *American Marketing Association (AMA)* yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2012
- *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2013
- Nachrowi, Djalal Nachrowi, Hardius Usman. *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Jakarta: Badan Penerbit Universitas Indonesia, 2006

Nugroho Agung. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005

Rochaety Ety. *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009

Sangadji, E.M., dan Sopiah. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2004

----- *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2008

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER

LOYALTY DI PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK

KCP MH. THAMRIN

No. Responden:

Bersama ini, saya mengharapkan kesediaan Anda untuk mengisi daftar kuisisioner yang diberikan serta memberikan penilaian yang obyektif untuk digunakan sebagai informasi serta data penelitian . Atas bantuan dan perhatian saudara, saya mengucapkan terima kasih

A. Profil Responden

- Jenis Kelamin : Pria Wanita
- Umur : 21-30 31-40 41-50 > 50
- Pekerjaan : PNS Kary. BUMN/BUMD Kary. Swasta
 Wiraswasta
- Lama menjadi nasabah BNI : 1-3 Tahun 3-5 Tahun
 6-10 Tahun > 10 Tahun
- Penghasilan / Bulan : 3-5 Juta 5,5-10 Juta 10,5-20 Juta > 20 Juta

Petunjuk Pengisian Angket

Berilah tanda (✓) pada pilihan di dalam kolom tersebut

- Keterangan :
- | | |
|------------------------------|-----------------------|
| 1. Sangat Tidak Setuju (STS) | 4. Setuju (S) |
| 2. Tidak Setuju (S) | 5. Sangat Setuju (SS) |
| 3. Kurang Setuju (KS) | |

Lampiran 2

Variabel Bebas *Relationship Marketing* (X), indikator terdiri dari:

1. *Understanding Customer Expectation*

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Fasilitas-fasilitas penunjang yang ada di Banking Hall BNI KCP MH. Thamrin (Wi-fi, Cofee corner, Media Informasi Bisnis dll) sudah memadai					
2.	Kecepatan waktu petugas bank (<i>Teller dan Customer Service</i>) dalam menyelesaikan komplain/transaksi					
3.	Petugas bank (<i>Teller dan Customer Service</i>) menjawab dan memberikan informasi yang anda butuhkan terkait produk-produk BNI dan layanan transaksi perbankan					
4.	Petugas bank (<i>Teller dan Customer Service</i>) memiliki pengetahuan produk dan jasa yang baik dalam menjelaskan informasi ke nasabah					
5.	Petugas bank (<i>Teller dan Customer Service</i>) ramah, antusias, sopan dan simpatik serta peduli dalam menanggapi dan membantu permasalahan atau komplain nasabah					

2. *Building Service Partnership*

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Petugas bank (<i>Customer Service</i>) menggali kebutuhan nasabah terkait keuangan dan investasi					
2.	Petugas bank (<i>Customer Service</i>) memberikan solusi dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan keuangan dan kebutuhan investasi					
3.	Petugas bank (<i>Customer Service</i>) memberikan advice / masukan / himbauan serta alternatif untuk meminimalisir resiko yang dapat merugikan nasabah serta memberikan langkah antisipasi (contoh: Modus penipuan nasabah bank dll)					

Lampiran 3

Variabel Terikat (*Dependent*), *Customer Loyalty (Y)*

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	BNI menawarkan layanan jasa dan produk perbankan yang bagus dan bersaing, sehingga anda akan tetap melakukan transaksi perbankan dan menggunakan produk perbankan dari BNI					
2.	Sebagai nasabah BNI anda akan menggunakan/membeli/menambah produk dan jasa perbankan yang sudah dimiliki / digunakan ataupun yang belum dimiliki / digunakan					
3.	Setelah menggunakan jasa dan layanan serta produk BNI anda akan menginformasikan kepada orang lain untuk membeli / menggunakan jasa dan produk perbankan BNI					
4.	Akan tetap menggunakan jasa dan produk perbankan BNI walaupun ada jasa dan produk perbankan yang sejenis dari bank lain					

Hasil Pengamatan Variabel Relationship Marketing

No. Resp	Pernyataan								Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	3	3	4	3	4	2	3	25
2	5	4	5	5	5	5	4	5	38
3	4	3	3	4	3	4	3	3	27
4	4	4	4	5	4	5	4	4	34
5	4	4	4	4	4	4	3	4	31
6	5	3	4	4	3	4	3	3	29
7	4	3	4	4	3	4	3	3	28
8	5	4	4	4	4	4	4	4	33
9	4	5	5	5	5	5	5	5	39
10	5	4	4	4	4	4	4	4	33
11	4	4	4	5	4	4	4	4	33
12	3	3	3	3	3	3	2	1	21
13	4	4	4	4	3	4	3	3	29
14	4	4	5	5	5	5	4	4	36
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	5	4	4	4	4	4	3	3	31
17	4	3	3	4	3	4	3	3	27
18	4	4	5	5	5	5	4	5	37
19	4	4	4	5	4	5	4	4	34
20	4	4	4	4	4	4	3	3	30
21	4	3	4	4	3	4	3	3	28
22	4	5	5	5	5	5	5	5	39
23	4	4	5	5	5	5	4	4	36
24	4	2	2	1	2	3	1	1	16
25	4	3	4	4	3	4	3	3	28
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	4	4	4	4	4	3	3	31
28	4	3	3	3	3	4	2	2	24
29	4	4	4	4	4	4	3	4	31
30	4	5	5	5	5	5	4	5	38
31	4	4	4	4	4	4	3	4	31
32	5	3	3	4	3	4	3	3	28
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	5	5	5	5	5	5	5	39
35	5	3	3	4	3	4	2	3	27
36	4	4	4	4	4	4	3	3	30
37	3	4	4	4	4	4	4	4	31
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	3	3	3	4	3	4	2	3	25
40	5	4	4	4	4	4	3	3	31
41	4	4	4	4	4	4	3	4	31
42	5	3	3	3	3	4	2	3	26
43	3	3	3	4	3	4	2	3	25
44	4	4	4	4	4	4	3	4	31
45	4	4	4	4	4	4	3	3	30
46	4	3	3	4	3	4	3	3	27
47	4	4	5	5	5	5	4	5	37
48	4	4	4	5	4	5	4	4	34
49	4	4	4	4	4	4	3	3	30
50	5	4	4	4	4	4	4	4	33
51	4	5	5	5	5	5	5	5	39
52	5	4	4	4	4	4	4	4	33
53	4	4	4	5	4	4	4	4	33
54	3	3	3	3	3	3	2	1	21
55	4	4	4	4	3	4	3	3	29
56	4	4	5	5	5	5	4	4	36
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	5	3	3	4	3	4	3	3	28

Hasil Pengamatan Variabel Customer Loyalty

No. Resp	Pernyataan				Skor Total
	1	2	3	4	
1	4	3	4	3	14
2	3	5	4	4	16
3	3	3	3	3	12
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	4	4	3	3	14
7	4	3	4	3	14
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	3	3	3	3	12
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	3	4	3	4	14
17	4	3	4	4	15
18	4	4	4	4	16
19	4	5	5	5	19
20	4	4	3	3	14
21	3	4	3	4	14
22	4	4	4	4	16
23	5	5	5	5	20
24	2	1	1	2	6
25	3	3	3	3	12
26	4	4	4	4	16
27	3	4	3	3	13
28	2	3	2	2	9
29	3	4	4	3	14
30	4	5	5	4	18
31	3	4	4	3	14
32	4	4	4	4	16
33	5	5	5	5	20
34	4	4	4	4	16
35	3	3	3	3	12
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	5	5	5	5	20
39	3	3	3	3	12
40	4	4	4	4	16
41	4	3	4	3	14
42	3	3	3	3	12
43	4	4	4	4	16
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	4	3	4	4	15
47	4	4	4	4	16
48	4	5	5	5	19
49	4	4	3	3	14
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
54	3	3	3	3	12
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16

Data Variabel Relationship Marketing (X) dan Customer Loyalty (Y)

No. Resp	Pernyataan												Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	39
2	5	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	54
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	39
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	50
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
6	5	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	43
7	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	42
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
9	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	55
10	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
11	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
12	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	33
13	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	45
14	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	52
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
16	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	45
17	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	42
18	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	53
19	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	53
20	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	44
21	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	42
22	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	55
23	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	56
24	4	2	2	1	2	3	1	1	2	1	1	2	22
25	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	40
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
27	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	44
28	4	3	3	3	3	4	2	2	2	3	2	2	33
29	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	45
30	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	56
31	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	45
32	5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	44
33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	52
34	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	55
35	5	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	39
36	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
37	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
39	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	37
40	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	47
41	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	45
42	5	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	38
43	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	41
44	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
45	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
46	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	42
47	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	53
48	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	53
49	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	44
50	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
51	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	55
52	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
53	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
54	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	33
55	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	45
56	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	52
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
58	5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	44