

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT CJP KUPANG

Welhelmina Bengu<sup>1</sup>; Khalid Kasim Moenardy<sup>2</sup>; dan Anthonius B. Mesakh<sup>3</sup>

## ABSTRACT

*Welhelmina Bengu, The Influence of Service Quality on Customer Retention at CJP Kupang People's Credit Bank' (under the guidance of Dr. Khalid Kasim Moenardy, M.Si as supervisor I and Drs. Anthonius B Mesakh, M.Si as supervisor II. This research aims (1) Knowing and explaining BPR CJP customers' perceptions of the variables determining service quality (reliability, responsiveness, guarantee, empathy, and tangibility) and customer retention. (2) Testing and explaining the influence of reliability on customer retention at BPR CJP Kupang. (3) Test and explain the effect of responsiveness on customer retention at BPR CJP Kupang. (4) Test the effect of guarantees on customer retention at BPR CJP Kupang. (5) Test the effect of empathy on customer retention at BPR CJP Kupang. (6) Test the effect of tangibility on customer retention. (7) Testing the influence of reliability, responsiveness, guarantee, empathy and tangibility simultaneously on customer retention. To achieve this goal, a sample of 60 respondents was selected at BPR CJP Kupang. Data collection was carried out using questionnaires, interviews, literature and documentation. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear regression using SPSS 25. The results of the descriptive analysis show that Reliability is in the high category (4.02), Responsiveness is in the high category (3.82), Guarantee is in the (3.87), Empathy is in the (4.02) category, Physical Evidence is in the (4.08) category and Customer Retention is in the high category (3.93). The results of the regression analysis show that the results of the t test for the Reliability variable (X1) result in  $t_{count} (2,052) > t_{table} (2,000)$ . Based on the results of the t test, the first hypothesis states that reliability partially has a significant influence on customer retention. The results of the t test for the responsiveness variable (X2) resulted in  $t_{count} (2,363) > t_{table} (2,000)$ . Based on the results of the t test, the second hypothesis states that responsiveness partially has a significant effect on customer retention. The results of the t test for the collateral variable (X3) result in  $t_{count} (3,189) > t_{table} (2,000)$ . Based on the results of the t test, the third hypothesis states that guarantees partially have a significant effect on customer retention. The results of the t test for the Empathy variable (X4) were  $t_{hitung} (2,031) > t_{table} (2,000)$ . Based on the results of the t test, the fourth hypothesis states that empathy partially has a significant effect on customer retention. The results of the t test for the Physical Evidence variable (X5) result in  $t_{count} (2,276) > t_{table} (2,000)$ . Based on the results of the t test, the fifth hypothesis states that Physical Evidence partially has a significant effect on customer retention. The results of the F test show the value of  $F_{count} (32,394) > F_{table} (3,168)$ . Thus, the sixth hypothesis in this research states that the variables of reliability, responsiveness, assurance, empathy and physical evidence simultaneously have a significant effect on customer retention. Based on the adjusted R square, it shows that the contribution of the variables reliability, responsiveness, assurance, empathy and physical evidence is 72.70% and the rest.*

*Keywords :Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Physical Evidence, Customer Retention.a*

## PENDAHULUAN

Salah satu Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang belum bisa berkembang dengan baik di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), tetapi kehadirannya sangat membantu pengembangan usaha mikro, kecil dan masyarakat berpenghasilan rendah dalam hal penyediaan jasa keuangan adalah Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Sampai dengan tahun 2005 jumlah BPR yang beroperasi di Provinsi NTT hanya 4 buah, dan hanya beroperasi di tiga kabupaten/kota, yaitu di Kota Kupang beroperasi dua BPR, serta di Ruteng Kabupaten Manggarai dan

---

<sup>1</sup> Alumni IABI FISIP Tahun 2022

<sup>2-3</sup>Dosen IABI FISIP Undana

Larantuka Kabupaten Flores Timur, masing-masing satu BPR. Sampai dengan tahun 2019 jumlah BPR meningkat menjadi 11 buah BPR, tetapi tingkat penyebarannya masih terbatas pada empat dari 22 kabupaten/kota yang terdapat di Provinsi NTT, 27,30% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Disarankan bagi Bank BPR CJP Kupang untuk meningkatkan retensi pelanggan melalui peningkatan kualitas layanan hendaknya lebih diarahkan pada indikator yang dipersepsikan oleh nasabah yang masih rendah. Selain itu semua item yang dipersepsikan tinggi harus ditingkatkan menjadi sangat tinggi. Untuk mengetahui perkembangan tersebut, sangat tergantung pada frekwensi pelaksanaan program peningkatan pengetahuan karyawan serta evaluasi secara berkala yang dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan.

NTT, yaitu di Kota Kupang sebanyak 6 BPR, di Atambua (Belu) sebanyak 2 BPR dan 3 BPR lainnya masing-masing terdapat satu BPR, yaitu Larantuka (Flores Timur), Ruteng (Manggarai), dan Waingapu (Sumba Timur). Selain tingkat penyebarannya masih sangat terbatas (hanya pada empat kabupaten/kota), tingkat persaingan antara BPR maupun antara BPR dengan bank umum (konvensional dan syariah) untuk mendapatkan nasabah sangat tajam. Jika pada tahun 2005 jumlah kantor bank umum yang beroperasi di Provinsi NTT sebanyak 186 buah, maka pada sepuluh tahun kemudian (2015) jumlah kantor bank umum meningkat menjadi 420 buah (BI NTT, 2021). Hampir sebagian dari kantor bank umum, terutama BRI dan Bank NTT juga mempunyai target pasar yang sama dengan BPR, yaitu pengusaha mikro, kecil dan masyarakat berpenghasilan rendah lainnya. Selain itu, semakin berkembangnya Koperasi Simpan Pinjam di Provinsi NTT pada umumnya, dan khususnya di Kota Kupang juga turut memicu tingkat persaingan antar Lembaga keuangan untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Menghadapi kondisi persaingan sebagaimana dikemukakan di atas, maka salah satu masalah utama yang dihadapi oleh para pelaku dalam industri perbankan dan lembaga keuangan lainnya di Provinsi NTT, khusus BPR Christa Jaya Perdana (CJP) Kupang sebagai salah satu LKM terbesar, adalah bagaimana menerapkan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan nasabahnya yang sudah ada agar tidak beralih ke bank lain, dan pada saat yang bersamaan dapat menarik nasabah atau pelanggan baru yang potensial.

Efektif tidaknya sebuah strategi yang akan digunakan BPR CJP, khususnya strategi mempertahankan pelanggan, salah satunya ditentukan oleh seberapa tepat perusahaan mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap bertahan pada perusahaan yang bersangkutan, atau akan beralih ke perusahaan lain. Beberapa hasil penelitian dan juga pendapat para pakar pemasaran telah membuktikan bahwa upaya untuk mempertahankan pelanggan ditentukan atau dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya kualitas layanan, *relationship marketing*, kepuasan pelanggan, nilai pelanggan, *switching cost*, citra dan reputasi perusahaan, kepercayaan, loyalitas, dan lain-lain (Moenardy, Mesakh, dan Isliko, 2020). Meskipun banyak faktor yang berpengaruh terhadap retensi pelanggan, tetapi dalam konteks persaingan dalam industri jasa, faktor kualitas layanan dipandang mempunyai dominansi, oleh karena jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk berwujud, di mana jasa tidak berwujud, tidak bisa disimpan, bervariasi, dan tidak bisa dipisahkan

dari orang yang menyediakan jasa. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas jasa sangat ditentukan oleh kualitas orang-orang di dalam perusahaan penyedia jasa. Dengan demikian dapat dikatakan, bahwa factor-faktor atau variabel-variabel lain yang menentukan retensi pelanggan sangat ditentukan oleh kualitas orang-orang yang memberikan layanan. Fakta empiris juga menunjukkan, hampir semua perusahaan, termasuk perusahaan yang bergerak dalam industri perbankan berlomba untuk meningkatkan kualitas layanan dan nilai layanan untuk memuaskan pelanggan dengan tujuan memenangkan persaingan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dengan tujuan untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan pelanggan, sangat ditentukan oleh berbagai factor atau dimensi kualitas layanan sebagaimana dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988), yaitu: reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, keberwujudan (Kotler dan Keller, 2009). Dengan demikian, maka upaya untuk meningkatkan kualitas layanan yang harus dilakukan oleh semua perusahaan jasa, termasuk BPR CJP adalah bagaimana meningkatkan reliabilitas atau kehandalan karyawan diantaranya melalui peningkatan ketrampilan dalam memberikan layanan sesuai dengan prosedur dan waktu yang telah ditetapkan. Selain itu, upaya untuk meningkatkan daya tanggap karyawan juga terus dilaksanakan, baik dalam hal ketepatan, dan kecepatan maupun dalam hal menyikapi atau mengatasi masalah yang dihadapi pelanggan. Perusahaan penyedia jasa juga terus berupaya untuk meningkatkan jaminan, yaitu selalu menumbuhkan rasa percaya dan rasa aman kepada pelanggan, serta selalu konsisten dalam memberikan layanan. Sejalan dengan itu, variabel empati dari karyawan atau orang-orang dalam perusahaan yang memberikan layanan kepada pelanggan sangat penting untuk ditumbuhkan, yaitu bagaimana memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan, penuh perhatian dan secara sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan.

Variabel terakhir dari kualitas layanan yang perlu ditingkatkan secara signifikan adalah variabel bukti fisik, yaitu bagaimana perusahaan atau penyedia jasa selalu dapat meyakinkan pelanggan melalui tampilan fisik perusahaan, baik mengenai gedung kantor (eksterior dan interior), peralatan yang dimiliki, fasilitas parkir, maupun tampilan karyawan yang selalu rapi dan menarik. Jika beberapa dimensi atau variabel kualitas layanan sebagaimana diuraikan di atas dapat ditingkatkan secara terus menerus mengikuti dinamika persaingan dan keinginan pelanggan, maka perusahaan dipastikan dapat memenangkan persaingan sekaligus dapat mempertahankan pelanggan, yaitu sebuah kondisi di mana pelanggan yang sudah ada berniat tetap melanjutkan hubungan dengan penyedia jasa, lebih banyak terlibat dalam menggunakan jasa, merasa memiliki dan memiliki keinginan kuat untuk tetap menjadi pelanggan (Moenardy, 2016).

BPR CJP Kupang sebagai salah satu BPR yang beroperasi di Kota Kupang, merupakan BPR terbesar kedua (setelah BPR Tanaoba Lais Manekat) dari 11 BPR yang beroperasi di Provinsi NTT, sejak didirikan pada tahun 2008 oleh Christofel Liyanto, mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Pada saat didirikan memiliki modal disetor sebesar Rp 2 milyar, telah meningkat menjadi Rp25,9 milyar pada akhir tahun 2017

dengan nilai asset mencapai Rp 201,09 milyar dengan laba bersih Rp 5,11 milyar. Sementara itu jumlah nasabah pada tahun 2017 sebanyak 3.596 nasabah dengan total simpanan mencapai Rp 61,99 milyar. Pada lima tahun kemudian jumlah nasabah meningkat menjadi 4.076, atau hanya mengalami peningkatan sebanyak 480 nasabah selama empat tahun terakhir. Sebaliknya jumlah nominal simpanan menurun menjadi 46,55 milyar.

Data yang dikemukakan di atas menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan jumlah nasabah relative rendah. Salah satu faktornya penyebabnya adalah mungkin karena kualitas layanan dipersepsikan oleh pelanggan masih rendah yang berdampak terhadap rendahnya retensi pelanggan, di mana jumlah pelanggan baru yang menyimpan bertambah cukup signifikan, dan pada saat yang bersamaan jumlah pelanggan yang keluar atau berhenti menjadi pelanggan BPR CJP juga cukup banyak.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ditujukan kepada semua nasabah Penabung pada BPR CJP, yaitu sebanyak 4.076 orang. Berdasarkan pertimbangan tingkat penyebaran dan kepentingan analisis, maka jumlah nasabah yang ditetapkan sebagai sampel sebanyak 60 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Sehingga sampel pada penelitian ini berjumlah 62 responden. Selanjutnya teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan teknik analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS 25. Penelitian ini menggunakan pengujian instrument uji validitas, uji reliabilitas, analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis yakni uji F serta uji t.

### HASIL

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengembangan karir, komitmen organisasional terhadap retensi karyawan AirNav Indonesia Cabang Kupang. sebelum melakukan uji hipotesis, yang dilakukan pertama adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis data regresi linear berganda, selanjutnya diikuti uji hipotesis yaitu uji F dan uji t.

Tabel 3.1 Uji Validitas Instrumen

Variabel	Indikator	Koefisien, Kesalahan	-	-
Kebahagiaan (X <sub>1</sub> )	X1.1	0.941	0.30	Valid
	X1.2	0.940	0.30	Valid
	X1.3	0.961	0.30	Valid
Ketanggapan (X <sub>2</sub> )	X2.1	0.978	0.30	Valid
	X2.2	0.961	0.30	Valid
	X2.3	0.923	0.30	Valid
Inisiatif (X <sub>3</sub> )	X3.1	0.920	0.30	Valid
	X3.2	0.930	0.30	Valid
	X3.3	0.850	0.30	Valid

Empati (X4)	X4.1	0.956	0.30	Valid
	X4.2	0.975	0.30	Valid
	X4.3	0.988	0.30	Valid
Bukti Fisik (X5)	X5.1	0.916	0.30	Valid
	X5.2	0.920	0.30	Valid
	X5.3	0.961	0.30	Valid
	X5.4	0.879	0.30	Valid
-	X.1	0.713	0.30	Valid
	X.2	0.747	0.30	Valid
	X.3	0.778	0.30	Valid
	X.4	0.691	0.30	Valid

Sumber: Data Primer (Data Diolah Dengan Spss V.25, 2022)

Berdasarkan tabel 3.1 bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel memiliki koefisien korelasi lebih dari 0.30 artinya alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini valid.

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Komponen		
Kehandalan	0.989	20,60	Reliabel
Kepercayaan	0.950	20,60	Reliabel
Jaminan	0.821	20,60	Reliabel
Isapana	0.940	20,60	Reliabel
Bukti Fisik	0.985	20,60	Reliabel
Potensi	0.677	20,60	Reliabel

Sumber: Data Primer (data diolah, 2023)

Hasil Uji reliabilitas pada tabel 3.2 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang reliabel yaitu diatas 0.60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

#### 1. Uji t

Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda

					Standardized Coefficient (Beta)
.00	Konstanta	3.398	3.208	0.002	-
.01	Kehandalan	0.225	2.052	0.045	0.227

02	Ketang- gapan	0.186	2.3 63	0.0 22	0.213
03	Jaminan	0.269	3.1 89	0.0 02	0.254
04	Empati	0.142	2.0 31	0.0 47	0.162
05	Bukti Fisik	0.162	2.2 76	0.0 27	0.268
R = 0.866 <sup>a</sup>		F hitung= 32.394			
Signifikansi = 0,000					

Sumber: Lampiran , Hasil Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan Program SPSS Versi-25 Sumber: Data Primer (Data Diolah Dengan Spss V.25.2023)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.16, variabel X1 kehandalan diperoleh thitung sebesar 2.052 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.04 sedangkan ttabel sebesar 2.000 (df =60-2=58). Karena nilai signifikansi 0.04 lebih kecil dari alpha 0.05 ( $p < \alpha$ ) dan thitung lebih besar dari ttabel ( $2.052 > 2.000$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.16, variabel X2 kehandalan diperoleh thitung sebesar 2.363 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.02 sedangkan ttabel sebesar 2.000 (df =60-2=58). Karena nilai signifikansi 0.02 lebih kecil dari alpha 0.05 ( $p < \alpha$ ) dan thitung lebih besar dari ttabel ( $2.363 > 2.000$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.16, variabel X4 empati diperoleh thitung sebesar 2.031 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.04 sedangkan ttabel sebesar 2.000 (df =60-2=58). Karena nilai signifikansi 0.04 lebih kecil dari alpha 0.05 ( $p < \alpha$ ) dan thitung lebih besar dari ttabel ( $2.031 > 2.000$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.16, variabel X5 bukti fisik diperoleh thitung sebesar 2.276 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.02 sedangkan ttabel sebesar 2.000 (df =60-2=58). Karena nilai signifikansi 0.02 lebih kecil dari alpha 0.05 ( $p < \alpha$ ) dan thitung lebih besar dari ttabel ( $2.276 > 2.000$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan.

## 2. Uji F

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dilihat bahwa angka signifikansi sebesar 0.00 dengan nilai F hitung sebesar 32.394. Ftabel dengan *degree of freedom*  $df_2 = n - k = 60 - 6 = 54$ ,  $\alpha =$

5% = 0.05, maka diperoleh Ftabel = 3.168. Jika nilai Fhitung > Ftabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, dan jika nilai Fhitung < dari F tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak. Hasilnya nilai Fhitung 32.394 > Ftabel 3.168 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima atau ada pengaruh signifikan secara simultan variabel kehandalan (X1), ketanggapan (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti fisik (X5) terhadap variabel dependen retensi pelanggan (Y).

## SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang pengaruh Kualitas layanan terhadap retensi pelanggan BPR CJP Kupang. Penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Kehandalan secara keseluruhan berada pada kategori tinggi, ketanggapan berada pada kategori tinggi, jaminan berada pada kategori tinggi, empati berada pada kategori tinggi dan bukti fisik secara keseluruhan berada pada kategori tinggi dan retensi pelanggan/nasabah BPR CJP Kupang berada pada kategori tinggi.
2. Kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi pelanggan BPR CJP Kupang. Hal ini menunjukkan semakin meningkat kemampuan karyawan BPR CJP dalam memberikan layanan kepada pelanggan berdasarkan ketrampilan, prosedur layanan yang diberikan, serta kesesuaian waktu layanan didalam perusahaan maka diikuti dengan retensi pelanggan yang semakin meningkat.
3. Ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi pelanggan BPR CJP Kupang. Hal ini menunjukkan semakin meningkat layanan kepada pelanggan yang dipersepsikan berdasarkan kecepatan, ketepatan, dan tingkat penyelesaian masalah yang dihadapi pelanggan didalam perusahaan maka diikuti dengan retensi pelanggan yang semakin meningkat.
4. Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi pelanggan BPR CJP Kupang. Hal ini menunjukkan semakin meningkat dalam memberikan layanan kepada pelanggan yang dipersepsikan berdasarkan tingkat kepercayaan, rasa aman, dan konsistensi didalam perusahaan maka diikuti dengan retensi pelanggan yang semakin meningkat.
5. Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi pelanggan BPR CJP Kupang. Hal ini menunjukkan semakin meningkat dalam memberikan layanan kepada pelanggan yang dipersepsikan berdasarkan tingkat perhatian, perlakuan, dan kesungguhan. Di dalam perusahaan maka diikuti dengan retensi pelanggan yang semakin meningkat.
6. Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi pelanggan BPR CJP Kupang. Hal ini menunjukkan semakin baik keseluruhan tampilan fisik BPR CJP yang dipersepsikan pelanggan berdasarkan tampilan Gedung kantor, ketersediaan fasilitas parkir, peralatan kantor yang dimiliki, serta tampilan fisik karyawan BPR CJP didalam perusahaan maka diikuti dengan retensi pelanggan yang semakin meningkat.
7. Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati, Bukti Fisik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan pada BPR CJP Kupang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buttle, Francis, 2004. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan): Concepts and Tools*. Terjemah Arief Subiyanto. Edisi Pertama.
- Djajanto, Ludfi, 2014. Pengaruh *Self-Service Technology*, Kualitas Layanan, dan *Relationship Marketing* terhadap Nilai Nasabah, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah BNI Taplus di Jawa Timur). Disertasi, Program Doktor Ilmu Administasi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang.
- Edward, Manoj and Sunil Sahadev. 2011. Role of switching costs in the service quality, perceived value, customer satisfaction and customer retention linkage. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics* (Emerald), **23** (3):327-345.
- Farida, Naili, 2010. *Pengaruh Ikatan Hubungan, Corporate Image, Nilai Pelanggan, Kualitas Hubungan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Pemerintah di Jawa Tengah*. Dosertasi. Program Doktor Ilmu Administasi, Fakultas Ilmu Administrasi UB, Malang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Structural Equation Model, Metode Alternatif dengan Partial Least Squares*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam dan Latan, Hengky. 2012. *Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi (Menggunakan Program WarpPLS2.0) untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hafidz, Januar, Sagita Rachmanira, dan Tika Octia. 2013. Tingkat persaingan dan efisiensi bank umum dan bpr di pasar kredit mikro di indonesia. dalam *Kajian Stabilitas Keuangan*. Bank Indonesia 91 – 108. Jakarta.
- Kassim, Norizan Mohd and Nizar Souiden. 2007. Customer retention measurement in the uae (United Arab Emirates) banking sector. *Journal of Financial Services Marketing***11** (3) : 217 – 228.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemah oleh Bob Sabran. Edisi 13. Erlangga, Jakarta.
- Lay, Elly, 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, Kepercayaan, Loyalitas dan Retensi Pelanggan (Studi Pada Nasabah Tabungan BRITAMA Bank BRI di Nusa Tenggara Timur”. Disertasi, Program Doktor Ilmu Administasi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang.
- Moenardy, Khalid K. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Relationship Marketing terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Swithing Cost dan RetensiPelanggan (Studi Pada Nasabah Bank NTT di Provinsi Nusa Tenggara Timur), Disertasi, Program Doktor Ilmu Administasi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang.
- TokanBunga, Tobias, Messkah, Anthon, dan Moenardy, Khalid K, 2018. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Retensi Pelanggan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Tanaoba Lais Manekat di Kota Kupang”. LaporanPeneitian, FakiltasIlmuSosial dan IlmuPolitik Universitas Nusa Cendana, Kupang.

- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2020. *PemasaranStrategis: Domain, Determinan, Dinamika*. Edisi Ke-4, Andi, Yogyakarta
- Sinjai Tengah Kabupaten Sinjai. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah : Makassar.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- , 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tamran Suaib, Yanti Saleh, and A. M., 2018. Analisis Pemasaran Komoditas Cengkeh Di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango. *Agrinesia*, Vol. 2 No., 146 153.