

ANALISIS PENGARUH *TRUST* DAN *COMMITMENT* TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BIMBINGAN BELAJAR EXAINS

Emaya Kurniawati, Guruh Mulia Widayat, Dina Kharisma
Fakultas Ekonomi Universitas Semarang
Email: emaya@usm.ac.id

Abstrak—Salah satu bimbingan belajar yang tidak asing lagi di Kota Semarang yaitu Bimbingan Belajar EXAINS yang mulai berdiri atau membuka usaha bimbingan belajar pada tahun 2015, yang bukan merupakan bimbingan yang besar tetapi paling pintar bikin jelas dan paham pada siswanya, sesuai motto yang ada pada bimbingan belajar Exains. Kondisi Bimbingan Belajar Exains pada saat ini mengalami penurunan siswa.

Hasil pembahasan dari penelitian ini menunjukkan .Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan artinya semakin baik kepercayaan maka akan meningkatkan kepuasan, Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas artinya semakin baik kepercayaan maka tidak dapat meningkatkan loyalitas. Terdapat pengaruh signifikan dan positif komitmen terhadap kepuasan artinya semakin baik komitmen maka akan meningkatkan kepuasan.Terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara komitmen terhadap loyalitas artinya semakin komitmen maka akan meningkatkan loyalitas.

terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara kepuasan terhadap loyalitas artinya semakin baik kepuasan maka akan meningkatkan loyalitas. variabel kepuasan dapat memediasi hubungan antara variabel kepercayaan terhadap loyalita dan variabel kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara variabel komitmen terhadap loyalitas.

Dalam penelitian ini pengujian Hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS), Target luaran hasil penelitian ini adalah publikasi Jurnal Ilmiah terakreditasi.

Kata kunci : *Commitment, Kepuasan, loyalitas, Trust*

I. PENDAHULUAN

Bimbingan Belajar merupakan suatu salah satu lembaga pendidikan yang didirikan oleh pihak swasta yang mempunyai tujuan membantu para siswa dalam memahami pelajaran yang diberikan di sekolah.

Dalam perkembangan sekarang ini pelajaran di sekolah sudah semakin kompleks sehingga para orang tua kesulitan dalam membantu belajar putra putrinya menyelesaikan pekerjaan rumah ataupun ujian yang diberikan di sekolah. Maka dalam hal ini perlu adanya suatu jembatan yang membantu siswa dalam menyelesaikan tugas

– tugas sekolah maupun dalam menghadapi ujian hal ini dapat ditunjukkan semakin banyaknya bimbingan Belajar yang ada khususnya di Kota Semarang. Disini diperlukan suatu pemahaman , kepercayaan beserta pengetahuan orang tua dalam memasukkan putra putrinya di salah satu bimbingan belajar yanag ada.

Salah satu bimbingan belajar yang tidak asing lagi di Kota Semarang yaitu Bimbingan Belajar EXAINS yang mulai berdiri atau membuka usaha bimbingan belajar pada tahun 2015, yang bukan merupakan bimbingan yang besar tetapi paling pintar bikin jelas dan paham pada siswanya, sesuai motto yang ada pada bimbingan belajar Exains.

Bimbingan Belajar Exains bukan merupakan bimbingan tes tetapi merupakan bimbingan belajar yang menekankan pada pemahaman konsep. Bimbingan Belajar Exains berusaha untuk menghasilkan siswa yang matang secara konsep sehingga siswa akan memiliki wawasan luas serta kemampuan analisis yang lebih dalam atas materi pelajaran dan diharapkan siswa memiliki kemampuan menyelesaikan soal- soal dengan cukup baik,karena di bimbingan Belajar Exains para siswa terbiasa dilatih menyelesaikan banyak soal.

Pada Awalnya bimbingan Belajar Exains didirikan hanya menempati rumah kecil di Jl. Poncowolo , seiring dengan perkembangannya bimbingan belajar Exains dapat menempati tempat

yang lebih luas di Jl. Indrapasta dan mempunyai 1 cabang. Dan jumlah siswa pada waktu itu pada tahun 2016 sebanyak 165 siswa. Lokasi bimbel exains sekarang ada di Jl. Bedagan yang lokasinya berdekatan dengan sekolah vaforit di Kota Semarang yaitu SMAN 3 dan SMAN 5, hal ini dapat menguntungkan bagi bimbingan belajar Exains karena siswa dari kedua sekolah tersebut banyak yang mengikuti bimbingan belajar di exains dikarenakan dekat dengan sekolahnya, jadi sepulang sekolah dapat langsung belajar di bimbingan belajar Exains.

Bimbingan Belajar Exains dalam menjalankan usahanya berusaha memberikan yang terbaik dengan menanamkan kepercayaan siswa atau orang tua siswa bahwa bimbingan belajar Exains dapat memberikan pemahaman terhadap pelajaran sekolah khususnya pelajaran yang dianggap sulit oleh siswa. Salah satu strategi untuk mengembangkan yaitu selalu melakukan pendekatan individu khususnya bagi siswa yang masih belum memahami materi yang diberikan di sekolah sampai siswa benar-benar paham dan mengerti serta dapat menjawab soal-soal yang diberikan.

Menurut (Gibson, 2005 : 75), “loyalitas adalah dorongan perilaku untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut dan membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses penggunaan jasa tersebut. Loyalitas merupakan salah satu dominan bagi suatu usaha, dan loyalitas dibentuk atas kepercayaan dan komitmen dari konsumen.

Berbagai upaya dilakukan oleh Bimbingan Belajar Exains dalam meningkatkan pelayanan, dan kepercayaan dan komitmen bagi siswanya sehingga siswa merasa puas sehingga untuk semester-semester berikutnya tetap belajar di bimbingan Belajar Exains. Usaha yang dilakukan oleh bimbingan Belajar Exains ini yaitu dalam kegiatannya didukung oleh tenaga pendidik yang profesional dan berpengalaman mempunyai kompetensi dibidangnya. Selain itu kesabaran juga ditanamkan pada tenaga pendidik dalam melayani siswa-siswanya. Berbagai upaya dan pendekatan yang dilakukan oleh pendidik maupun pengelola tidak diimbangi oleh kenaikan jumlah siswa yang mengikuti pembelajaran di Bimbingan Belajar Exains. Dari beberapa hasil penelitian diantaranya adalah : Penelitian yang dilakukan oleh Budi et al., (2016) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Dari hasil penelitian Utami (2013) Trust dan commitment berpengaruh langsung terhadap kepuasan, trust dan commitment berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Sungkawa (2014) dengan hasil penelitiannya Kepercayaan dan komitmen berpengaruh secara langsung terhadap

kepuasan, Kepercayaan dan komitmen berpengaruh langsung secara langsung terhadap Loyalitas, Kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas, dan Kepercayaan dan komitmen berpengaruh terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan

Lomi dan Yasa (2015) menyatakan bahwa kepuasan nasabah mampu memprediksi pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan menurut Wicaksono (2015) bahwa kepercayaan terbukti mempengaruhi loyalitas nasabah secara positif namun tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan antara lain adanya kualitas pelayanan. Perusahaan perbankan sebaiknya mampu memberikan kualitas pelayanan dengan baik agar para pelanggan merasa puas saat melakukan transaksi di bank.

Dari penurunan siswa tersebut maka dapat dilihat bahwa kepercayaan dan komitmen siswa untuk mengikuti bimbingan belajar di Exains mengalami penurunan. Berdasarkan uraian-urain tersebut diatas maka penulis tertarik untuk memberikan judul penelitian “ Analisis Pengaruh Trust dan Commitment terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Bimbingan Belajar Exains Semarang” Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Trust terhadap Kepuasan?
2. Apakah terdapat pengaruh Commitment terhadap Kepuasan?
3. Apakah terdapat pengaruh Trust terhadap loyalitas?
4. Apakah terdapat pengaruh Commitment terhadap loyalitas?
5. Apakah terdapat pengaruh Kepuasan terhadap loyalitas?
6. Bagaimana peran Kepuasan dalam memediasi Trust dan Commitment

II. METODE PENELITIAN

Metode Analisis Data

Suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasi yang bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini pengujian Hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) adalah model persamaan structural (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Structural Equation Model (SEM) adalah salah satu bidang kajian statistik yang dapat menguji sebuah rangkaian hubungan yang

realistik sulit terukur secara bersamaan. Menurut Santoso (2014) SEM adalah teknik analisis multivariate yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi) yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstraknya ataupun hubungan antar konstruk.

PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis covariance menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori, sedangkan PLS lebih bersifat predictive Model (Lotan dan Ghozali, 2012).

Analisis Partial Least Squares (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda (Jogiyanto, 2011:55)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dilakukan untuk menguji validitas dari masing-masing indikator dan reliabilitas dari konstruk. Kriteria validitas diukur dengan convergent validity, sedangkan reliability konstruk diukur dengan composite reliability.

Evaluasi Measurement (Outer) Model

Model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator indikatornya. atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji ini dilakukan dengan menggunakan ukuran convergent validity pada PLS. Nilai convergent validity dari masing-masing indikator dapat dilihat dari nilai loading.

Indikator individu dianggap valid jika memiliki nilai loading di atas 0,70 namun demikian dalam riset tahapan pengembangan skala, loading 0,50 s/d 0,60 masih dapat diterima.

Tabel 3.1 *Result for Cross Loading*

	X1	X2	Y1	Y2
x1.1	0.827			
x1.2	0.826			
x1.3	0.664			
x1.4	0.625			
x2.1		0.801		
x2.2		0.280		

x2.3		0.843		
X2.4		0.672		
y1.1			0.821	
y1.2			0.762	
y1.3			0.667	
y1.4			0.765	
y2.1				0.820
y2.2				0.874
y2.3				0.624
y2.4				0.684

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, diketahui bahwa belum semua item kuesioner yang akan digunakan untuk mengumpulkan data adalah valid sehingga harus dipotong.

Tabel 3.2 *Result Cross Loading Setelah diPotong*

	X1	X2	Y1	Y2
x1.1	0.827			
x1.2	0.826			
x1.3	0.663			
x1.4	0.625			
x2.1		0.800		
x2.3		0.871		
X2.4		0.666		
y1.1			0.821	
y1.2			0.762	
y1.3			0.666	
y1.4			0.766	
y2.1				0.823
y2.2				0.874
y2.3				0.623
y2.4				0.682

Dari Tabel 3.2 dapat diketahui bahwa syarat tersebut telah terpenuhi sehingga semua konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria discriminant validity yang baik artinya hasil analisis data dapat diterima karena nilai yang menggambarkan hubungan antar konstruk berkembang.

2. Uji Realibilitas Pengukuran reliability dengan menggunakan 2 (dua) cara yaitu :

a. Composite Reliability, jika nilai composite reliability antar konstruk dengan indikator-indikatornya memberikan hasil yang baik yaitu di atas 0,70. dimana hasil loading factor 0,70 ke atas adalah baik.

Tabel 3.3 Composite Reliability

Kepercayaan	0.828
Komitmen	0.841
Kepuasan	0.825
Loyalitas	0.841

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2021

Tabel 3.3 menunjukkan dari hasil composite reliability masing-masing konstruk baik yaitu di atas 0,7. Menurut Chin (1998) suatu indikator dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik jika nilainya di atas 0,70 serta dapat dipertahankan dan diterima pada nilai 0,50 hingga 0,60. Terlihat disini nilai untuk keseluruhan variabel memiliki nilai composite reliability > 0,5 artinya memiliki nilai reliabilitas yang baik dan dapat digunakan untuk proses penelitian selanjutnya. Yang dimaksud dengan reliabel disini adalah bahwa indicator yang digunakan dalam penelitian nyata sesuai dengan kondisi riil obyek penelitian.

b.Selain dari composite reliability untuk menilai reliabilitas suatu konstruk dapat juga dilakukan dengan melihat Average Variance Extracted (AVE) jika nilai AVE > 0,5 maka indikator yang digunakan dalam penelitian reliabel, dan dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 3.4 AVE dan Akar AVE

	Average variance extracted (AVE)	Akar AVE
X1	0.5	0.740
X2	0.5	0.755
Y1	0.6	0.783
Y2	0.5	0.757

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2021

Tabel 3.4 menunjukkan hasil Average Variance Extracted (AVE) masing- masing konstruk adalah baik yaitu di atas 0,5. Terlihat disini nilai untuk Average Variance Extracted dan akar AVE yang diperoleh memiliki nilai > 0,5, dari hasil diatas keseluruhan variabel memiliki nilai Average Variance Extracted > 0,5 artinya memiliki nilai reliabilitas yang baik dan dapat digunakan untuk proses penelitian selanjutnya.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria discriminant validity berikutnya dilakukan pengujian model struktural (inner model). Menilai inner model adalah melihat hubungan antara konstruk laten dengan melihat hasil estimasi koefisien parameter path dan tingkat signifikansinya (Ghozali

Imam, 2008). Berikut adalah nilai R- square pada konstruk.

Tabel 3.5 R.Square

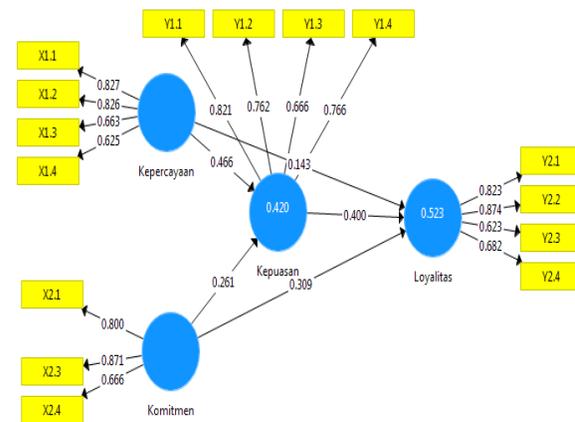
	R-square
X1	
X2	
Y1	0.401
Y2	0.499

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2021

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa nilai R-square konstruk Kepuasan (Y1) adalah sebesar 40,1%. Hal tersebut berarti bahwa variabel Kepercayaan dan Komitmen dapat menjelaskan konstruk variabel Kepuasan sebesar 40,1%, sedangkan sisanya sebesar (100%-40,1% = 59,9%) dijelaskan oleh variabel lain R-square konstruk Loyalitas (Y2) adalah sebesar 49,9%. Hal tersebut berarti bahwa konstruk variabel Kepercayaan, Komitmen dan Kepuasan mampu menjelaskan konstruk variabel Loyalitas (Y2) sebesar 49,9%, sedangkan sisanya sisanya sebesar (100%-49,9% = 50,1%) dijelaskan oleh variabel lain.

Model Penelitian

Hasil olah data dengan menggunakan alat bantu software PLS, di perolah hasil output dari model struktur konstruk loading factor yang akan menjelaskan hubungan antar konstruk ditunjukkan dalam gambar berikut ini.



Gambar 3.1 Tampilan PLS Hasil Algorithm

Untuk menentukan suatu hipotesis diterima atau tidak dengan membandingkan t- hitung dengan t- tabel dengan syarat jika t- hitung > t- tabel atau p values < tingkat alphanya

(0,05), maka hipotesis diterima. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.9 berikut ini.

Tabel 3.6 Uji Hipotesis

	Sam pel As li (O)	Rata- rata Samp el (M)	Stand ar Devias i (STDE V)	T Stati stik (O/S TDE V)	P Va lue s
Keper cayaa n -> Kepu asan	0,4 66	0,468	0,117	3,99 2	0,0 00
Keper cayaa n -> Loyal itas	0,1 43	0,141	0,136	1,05 0	0,2 94
Kepu asan - > Loyal itas	0,4 00	0,409	0,118	3,39 9	0,0 01
Komi tmen -> Kepu asan	0,2 61	0,267	0,125	2,08 7	0,0 37
Komi tmen -> Loyal itas	0,3 09	0,309	0,117	2,64 1	0,0 09

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2021

Tabel 3.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

	Sam pel As li (O)	Rat a- rat a Sa mp el (M)	Stand ar Devias i (STD EV)	T Statis tik (O/ST DEV)	P V al ue s
Kepercay aan -> Kepuasa n -> Loyalitas	0,1 87	0,18 8	0,066	2,815	0, 00 5
Komitme n -> Kepuasa n -> Loyalitas	0,1 04	0,11 1	0,067	1,553	0, 12 1

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2021

Hasil olah data di atas dapat diketahui dalam pengujian masing- masing hipotesis yang telah di ajukan, yaitu :

- 1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan.**
Berdasarkan hasil uji PLS pada tabel 4.6 diatas terhadap hipotesa pertama yaitu pengaruh kepercayaan (x1) terhadap kepuasan (y1) diketahui Hasil original sample estimate sebesar 0,466, nilai t hitung (3,992) > t tabel (2,00) dan nilai P values 0,000 < 0,05. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan artinya semakin baik kepercayaan maka akan meningkatkan kepuasan.
- 2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas**
Berdasarkan hasil uji PLS pada tabel 4.6 di atas terhadap hipotesa kedua yaitu pengaruh kepercayaan (x1) terhadap loyalitas (y2) diketahui Hasil original sample estimate sebesar 0,143, nilai t hitung (1,050) < t tabel (2,00) dan nilai P values 0,294 > 0,05. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas artinya semakin baik kepercayaan maka tidak dapat meningkatkan loyalitas.
- 3. Pengaruh Komitmen terhadap Kepuasan**
Berdasarkan hasil uji PLS pada tabel 4.6 di atas komitmen (x2) terhadap kepuasan (y1) hipotesa ketiga diketahui Hasil original sample estimate sebesar 0,261 nilai t hitung 2,087 > t tabel (2,00) dan nilai p values sebesar 0,037 < 0,05. Terdapat pengaruh signifikan dan positif komitmen terhadapkepuasanartinya semakin baik komitmen maka akan meningkatkan kepuasan.
- 4. Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas**
Berdasarkan tabel 4.6 di atas komitmen (x2) terhadap loyalitas (y2) hipotesa keempat diketahui nilai original sample of estimate 0,309; nilai t hitung 2,641 > nilai t statistik (2,00) dan nilai p values 0,009 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara komitmenterhadap loyalitas artinya semakin komitmen maka akan meningkatkan loyalitas.
- 5. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas**
Berdasarkan tabel 4.6 di atas Kepuasan (y1) terhadap Loyalitas (y2) hipotesa kelima diketahui nilai original sample of estimate 0,400; nilai t hitung 3,399 > nilai t statistik (2,00) dan nilai p values 0,001 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara kepuasan terhadap loyalitas artinya semakin baik kepuasan maka akan meningkatkan loyalitas.
- 6. Pengaruh Tidak Langsung Kepercayaan**

terhadap Loyalitas yang di mediasi oleh Kepuasan.

Dari Tabel 4.6 dapat dilihat Kepercayaan tidak berpengaruh langsung terhadap Loyalitas, hipotesa keenam ini dibuktikan dengan nilai original sample of estimate 0,143 lebih kecil dibandingkan original sample of estimate kepercayaan terhadap kepuasan sebesar 0,466 dan hasil pengaruh tidak langsung pada tabel 4.10 antara variabel kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variable mediasi dengan nilai original sample of estimate 0,187 nilai t hitung $2,815 >$ nilai t statistik (2,00) serta nilai p values $0,005 <$ 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan dapat memediasi hubungan antara variabel kepercayaan terhadap loyalitas.

7. Pengaruh Tidak Langsung Komitmen terhadap Loyalitas yang di mediasi oleh Kepuasan.

Dari Tabel 4.6 dapat dilihat Komitmen berpengaruh langsung terhadap Loyalitas, hipotesa ketujuh ini dibuktikan dengan nilai original sample of estimate 0,309 lebih besar dibandingkan original sample of estimate komitmen terhadap kepuasan sebesar 0,261 dan hasil pengaruh tidak langsung pada tabel 4.10 antara variabel komitmen terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variable mediasi dengan nilai original sample of estimate 0,104 nilai t hitung $1,553 <$ nilai t statistik (2,00) serta nilai p values $0,121 >$ 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara variabel komitmen terhadap loyalitas.

IV. SIMPULAN

Dari hasil pembahasan yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan artinya semakin baik kepercayaan maka akan meningkatkan kepuasan.
2. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas artinya semakin baik kepercayaan maka tidak dapat meningkatkan loyalitas.
3. Terdapat pengaruh signifikan dan positif komitmen terhadap kepuasan artinya semakin baik komitmen maka akan meningkatkan kepuasan.
4. Terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara komitmen terhadap loyalitas artinya semakin komitmen maka akan meningkatkan loyalitas

5. Terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara kepuasan terhadap loyalitas artinya semakin baik kepuasan maka akan meningkatkan loyalitas.
6. Variabel kepuasan dapat memediasi hubungan antar variabel kepercayaan terhadap loyalitas
7. Variabel kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara variabel komitmen terhadap loyalitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Universitas Semarang melalui LPPM yang telah mendanai kegiatan Penelitian ada semstra genap 2020/2021. Dan juga ucapan terima kasih kepada pimpinan Bimbingan Belajar Exains yang telah memberikan izin untuk penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, James G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management*. Edisi Bahasa Indonesia. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dharmayanti, Diah. 2006. *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variabel Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol.1, No. 1.
- Ellena, Frieda. 2011. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Komunikasi dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Fandy Tjiptono, 2007, *Strategi Pemasaran Edisi ke dua*, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Ferdinand, A., 2000, "Structural Equation Modelling dalam penelitian manajemen", BP Undip
- Gibson, 2005, *Perilaku Organisasi*, Alih Drs. Benyamin Molan, Edisi ke Sepuluh, Jakarta ; PT. Indeks.
- Ghozali, Imam dan Latan, Hengky. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (edisi 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill (2015), *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan*, Alih bahasa, Jakarta Erlangga
- Jogiyanto, H. M. 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Indeks, Jakarta.
- Mowen, John C. and Michael Minor (2002). *Perilaku*

- Konsumen, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Ramadania, 2002, Kepercayaan dan Komitmen sebagai Perantara Kunci Relationship Marketing dalam Membangun Loyalitas, Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, Vol. 2 No.1, Hal. 33-52.
- Santosa, Paulus Insap. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif (Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS). Yogyakarta: Andi.
- Soetomo, H. (2004). Relationship Marketing Pada Upscale Retailing: Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas. Bisnis dan Manajemen, Vol.4 No.3.
- Sri Sari Utami A.W (2013), Analisis pengaruh Trust dan Commitment Terhadap Kepuasan Loyalitas Pelanggan CV. Sumber Jaya Sakti Tarakan
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta