

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Mapping Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Prentice et al (2019), <i>The influence of brand experience and service quality on customer engagement?</i> .	<i>brand experience , service quality , customer engagement</i>	SEM	Menunjukkan bahwa faktor berbasis pelanggan secara signifikan berhubungan dengan <i>customer engagement</i> . Secara khusus, <i>service quality</i> dalam pesawat memiliki efek minimal pada <i>customer engagement</i> . Hal ini disebabkan, pramugari yang berbeda memiliki layanan yang berbeda pula dan interaksi dengan penumpang di pesawat
2	Dhasan et al (2021). <i>The Impact Of Service quality, Promotions And customer Engagement In Determining Customer Loyalty In The Thai Mobile Network Industry?</i> .	Service quality, Promotions, customer Engagement, Customer Loyalty	Uji-t, EFA, CFA dan SEM.	Service Quality merupakan salah satu dimensi penting untuk berlangganan terus menerus, merangsang customer engagement dan Customer loyalty.
3	Harimurti &	<i>Service</i>	SEM	<i>Service Quality</i>

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	Suryani (2019), <i>The Impact Of Total Quality management In Service Quality, Customer Engagement, And Customer loyalty in Banking.</i>	<i>Quality, Customer Engagement, Customer loyalty</i>		berpengaruh positif pada <i>Customer Engagement</i> dan <i>Customer loyalty</i> dan <i>Customer Engagement</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer loyalty</i>
4	Abror et al. (2019) <i>Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and Islamic bank's customer</i>	<i>Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement</i>	SEM	<i>service quality</i> tidak berpengaruh terhadap <i>customer loyalty</i> . <i>Customer engagement</i> berpengaruh terhadap <i>customer loyalty</i> .
5	Puriwat and Tripopsakul (2014), <i>The Investigation of the Influence of Service Quality toward Customer Engagement in Service Dominant Industries in Thailand</i>	<i>Service quality, customer engagement</i>	Structural Equation Modelling	Hasil yang ditemukan bahwa <i>Service Quality</i> memiliki hubungan positif dengan <i>Customer Engagement</i> sebagai faktor anteseden.
6	Indaryani (2015), <i>Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Customer Pride dan Kepercayaan Nasabah dalam</i>	Kualitas Layanan , Customer Pride , Kepercayaan , Minat	SEM	bahwa kualitas pelayanan atas <i>customer pride</i> dapat meningkatkan niat menabung. Dimana niat menabung merupakan

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	Meningkatkan Minat Menabung Kembali Studi Kasus Pada PT. Bank BRI (Persero) kantor cabang Pekalongan	Menabung Kembali.		dimensi dari <i>customer loyalty</i> .
7	Rasheed & Abadi (2014), <i>Impact of Service Quality, Trust and Perceived Value on Customer Loyalty in Malaysia Services Industries.</i>	<i>Service Quality, Trust and Perceived Value, Customer Loyalty</i>	Korelasi dan regresi	ada hubungan positif antara service quality dan customer value dan customer loyalty. Ada hubungan customer value terhadap customer loyalty .
8	Munnukka, Järvi, and Outi (2013), <i>Impact of service quality dimensions on the formation of customer value in B to B services.</i>	<i>service quality, customer value</i>	analisis regresi linier berganda.	bahwa dimensi service quality berpengaruh terhadap customer value
9	Guhl, Blankart, and Stargardt (2019), <i>Service quality and perceived customer value in community pharmacies.</i>	<i>service quality, customer value, customer loyalty</i>	SEM	<i>service quality berpengaruh terhadap customer value. Customer value berpengaruh terhadap customer loyalty.</i>
10	Ryu et al (2012), <i>The influence of the quality of the physical environment, food,</i>	<i>quality of the physical environment, food, service on restaurant</i>	SEM	service quality berpengaruh terhadap customer value

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	<i>and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions.</i>	<i>image, customer perceived value, customer satisfaction, behavioral intentions.</i>		
11	Hardjanti & Amalia (2014), Pengaruh <i>Customer Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Trust Dan Switching Barriers Terhadap Customer Retention.</i>	<i>Customer Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Trust Dan Switching Barriers , Customer Retention.</i>	SEM	terdapat pengaruh positif <i>customer service quality</i> terhadap <i>customer perceived value</i>
12	Kaura et al (2015), “ <i>Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction</i> ”	<i>Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction</i>	SEM	dimensi <i>service quality</i> berdampak positif terhadap <i>customer loyalty</i> .
13	Auka et al (2013),	<i>Service</i>	SEM	bahwa semua dimensi

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	<i>Perceived Service Quality and Customer Loyalty in Retail Banking in Kenya.</i>	<i>Quality, Customer Loyalty</i>		<i>Service Quality</i> berpengaruh positif dan signifikan <i>Customer Loyalty</i>
14	Fida et al (2020), <i>Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman..</i>	<i>Service Quality, Customer Loyalty</i>	Analisis korelasi menggunakan SPSS,	terdapat hubungan antara dimensi service quality terhadap customer loyalty
15	Rahmani-Nejad, Firoozbakht, and Taghipoor (2014), <i>Service Quality, Relationship Quality and Customer Loyalty (Case Study: Banking Industry in Iran).</i>	<i>Service Quality, Customer Loyalty</i>	Analisis regresi menggunakan SPSS,	Temuan penelitian terdapat pengaruh service quality terhadap customer loyalty.
16	Makanyeza and Chikazhe (2017), <i>Mediators of the relationship between service quality and customer loyalty: Evidence from the banking sector in</i>	<i>service quality, customer loyalty</i>	SEM	Service quality berpengaruh terhadap customer loyalty

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	<i>Zimbabwe.</i>			
17	<i>Hakimi and Mehdi (2020), Testing the Impact of Social CRM on Firm Performance: The Role of Customer Engagement, Innovation Performance and Social Media Use.</i>	<i>CRM, Customer engagement</i>	Analisis kuadrat parsial terkecil	Temuan penelitian CRM berpengaruh langsung terhadap customer engagemen
19	<i>van Tonder and Petzer (2018), The interrelationships between relationship marketing constructs and customer engagement dimensions.</i>	<i>CRM, Customer engagement</i>	korelasi	Temuan penelitian terdapat keterkaitan anatar CRM terhadap <i>customer engagement.</i>
20	<i>Anon (2020), Exploring Challenges in Implementing Customer Relationship Management (CRM) for Customer Brand Engagement (CBE) in the Hospitality</i>	Customer Relationship Management (CRM), Customer Brand Engagement (CBE)	kualitatif	Temuan penelitian bahwa CRM berpengaruh terhadap customer engagement.

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	Industry: A Developing Country Perspective.			
21	Trimaryani et al. (2019), Analisis Pengaruh Manajemen Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Keterikatan Nasabah Sebagai variabek Intervening.	Manajemen Relasional, Loyalitas Nasabah. Keterikatan Nasabah	SEM	Customer relationship management berpengaruh positif terhadap customer engagement
22	Rahayu (2019), Peran Social CRM Terhadap <i>Customer Engagement</i> Dan Kepuasan Kinerja Bisnis Mikro Dan Kecil Di Indonesia.. menggunakan	CRM, <i>Customer Engagement</i>	SEM-PLS	bahwa Customer Relationship Management (CRM) memberi pengaruh signifika terhadap customer engagement
23	Ghofur & Halik ( 2017), <i>Effect of Total Quality Service on Customer Value, Customer Relationship Management, Corporate Image,</i>	service quality, <i>on Customer Value, Customer Relationship Management, Customer Pride ,</i>	SEM	1). Servicec quality berpengaruh terhadap <i>customer value</i> . 2.). Service quality memengaruhi CRM. Servicec quality mempengaruhi <i>customer pride</i> 3). CRM mempengaruhi customer

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	<i>Customer Pride and Its Impact on Customer Engagement Private High Education In East Java.</i>	<i>Customer Engagement</i>		pride. 4). CRM memengaruhi <i>Customer Engagement</i> . 6). customer pride mempengaruhi <i>Customer Engagement</i>
24	Kurniati et al (2015), <i>The Effect of Customer Relationship Marketing (CRM) and Service Quality to Corporate Image, Value, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.</i>	<i>Customer Relationship Marketing (CRM) and Service Quality , Corporate Image, Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.</i>	SEM	1. CRM berpengaruh signifikan terhadap customer value; 2. service quality berpengaruh signifikan terhadap customer value; 3. CRM berpengaruh signifikan terhadap customer value 4. CRM berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty; 5. customer value berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty;; 6. customer value berpengaruh tidak signifikan terhadap customer loyalty;; dan
25	Fatoni and Sockarini (2019), <i>Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Customer Value serta</i>	<i>Customer Relationship Management (CRM), Customer Value, Loyalitas</i>	metode analisis jalur dengan bantuan alat analisis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Customer Relationship Management (CRM), Customer Value berpengaruh terhadap



No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	Kepercayaan terhadap Loyalitas Kepuasan Nasabah.		SPSS 24	customer loyalty PT.Adira Finance Jember baik secara langsung maupun tidak langsung
26	Budiman & Muryati (2010), Customer Relationship Management (CRM) dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..	Customer Relationship Management (CRM), Nilai Pelanggan, Loyalitas Pelanggan..	SEM	bahwa CRM memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Pelanggan Hotel Kristal, sedangkan CRM dan Nilai Pelanggan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Hotel Kristal yang berdampak pada Loyalitas Pelanggan Hotel Kristal.
27	Sianipar et al. (2018), <i>Customer Relationship Management to Customer Value &amp; Customer Loyalty of Fixed Broadband: Study Case on Fixed Broadband Company in Indonesia.</i>	<i>Customer Relationship Management , Customer Value, Customer Loyalty</i>	SEM	<i>Customer Relationship Management</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty Customer Value</i> pelanggan adalah signifikan

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
28	Siddiqi & Sharna (2018), <i>Impact of customer relationship management On Customer Loyalty Evidence From Bangladesh'S Banking Industry.</i>	<i>customer relationship management, Customer Loyalty</i>	SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer Relationship Management (CRM) mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>
29	Mateen et al. (2019), <i>Impact of CRM on Retail Banking Customers Perception of Satisfaction and Loyalty: A Case Study of Pakistani Banks.</i>	CRM, Customers Perception of Satisfaction, Loyalty	Regression Analysis	Terdapat hubungan positif antara crm dengan retensi pelanggan.
30	Long et al (2013), <i>Impact of CRM factors on customer satisfaction and loyalty.</i>	CRM , <i>customer satisfaction, loyalty.</i>	SEM	bahwa perilaku karyawan ( CRM) secara signifikan berhubungan dan berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
31	Nashwan & Hassan (2017), <i>Impact of customer relationship management (CRM) on customer satisfaction and loyalty: A systematic review.</i>	<i>customer relationship management (CRM), customer satisfaction, loyalty</i>	Studi literature	kualitas layanan (SQ), akses layanan (SA), dan penanganan pengaduan (HC). Faktor-faktor ini ternyata berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
32	Imasari & Nursalin (2011), Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk.	Customer Relationship Management, Loyalitas Pelanggan	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer Relationship Management (CRM) mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.
33	Roy et al (2012) <i>Measuring effectiveness of customer relationship management in Indian retail banks</i>	customer relationship management, hasil relasional kepuasan, loyalitas, cross buying	CFA, SEM	Terdapat hubungan antara upaya CRM dan hasil relasional kepuasan, loyalitas dan cross buying

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
34	Hajiyan et al (2015), <i>The effect of customer relationship management on customer loyalty: Evidence from banking industry.</i>	<i>customer relationship management, customer loyalty</i>	SEM	CRM dapat meningkatkan pelanggan loyalitas dan kualitas layanan.
35	Banyte and Dovaliene (2014), Relations between Customer Engagement into Value Creation and Customer Loyalty.	Customer Engagement, Customer Loyalty	analisis komparatif sistematis literatur ilmiah	bahwa <i>customer engagement</i> berpengaruh terhadap <i>customer loyalty</i> .
36	O'Brien, Jarvis, and Soutar (2015), Integrating social issues and customer engagement to drive loyalty in a service organisation	Customer Engagement, Customer Loyalty	SEM analisis	customer engagement berpengaruh terhadap customer loyalty penyedia layanan Internet Australia.
37	Monferrer et al. (2019), <i>Increasing customer loyalty through customer engagement in the</i>	<i>customer loyalty, customer engagement</i>	pemodelan persamaan struktural (EQS 6.1)	Temuan penelitian terdapat pengaruh <i>customer engagement</i> dan <i>customer loyalty</i> dalam konteks industry.

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	<i>retail banking industry.</i>			Perbankan.
38	Sondhi et al (2017) <i>Customer engagement in the Indian retail banking sector: An exploratory study.</i>	<i>Customer engagement, customer loyalty</i>	SEM	<i>Customer engagement</i> mempunyai hubungan yang kuat dengan <i>customer loyalty</i> dalam pemasaran jasa bank di negara berkembang India
39	Hapsari et al. (2017), <i>The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty.</i>	<i>service quality, customer engagement, passenger loyalty</i>	analisis faktor konfirmatori dan pemodelan persamaan struktural	customer engagement memiliki pengaruh paling berpengaruh terhadap loyalitas penumpang

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
40	So et al. (2016), <i>The Role of Customer Engagement in Building Consumer Loyalty to Tourism Brands.</i>	<i>Customer Engagement, Consumer Loyalty</i>	SEM	<i>Customer Engagement meningkatkan Consumer Loyalty.</i>
41	Kosiba et al (2018), <i>Examining customer engagement and brand loyalty in retail banking: The trustworthiness influence.</i>	<i>customer engagement , brand loyalty</i>	SEM	<i>customer engagement berpengaruh positif secara tidak langsung dengan customer loyalty.. Bahwa trust mendorong customer engagement yang menghasilkan customer loyalty.</i>
42	Chen (2015), <i>Customer value and customer loyalty: Is competition a missing link?.</i>	<i>Customer value, customer loyalty</i>	Teknik ANOVA, kuadrat terkecil, dan regresi	kuatnya pengaruh antara customer value terhadap customer loyalty dalam mempertahankan persaingan dalam pasar..
43	Javed and Cheema (2017), <i>Customer Satisfaction and Customer Perceived Value and Its Impact on Customer Loyalty :</i>	<i>Customer value, customer loyalty</i>	Path analisis	menyatakan penerimaan <i>customer value</i> menjadi penggerak dari <i>customer loyalty</i>

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	<i>The Mediatlional Role of Customer Relationship Management</i> ".			
44	Djajanto, Afiatin, and Haris (2019), The impact of relationship marketing on customer value, satisfaction and loyalty: Evidence from banking sector in Indonesia.	<i>Customer value, customer loyalty</i>	Uji Partial Least Square (PLS)	Temuan penelitian CRM tidak berpengaruh terhadap customer loyalty. CRM berpengaruh terhadap customer loyalty. Customer value berpengaruh terhadap customer loyalty.
45	Tsai, Tsai, and Chang (2010), The effect of customer value, customer satisfaction, and switching costs on customer loyalty: An empirical study of hypermarkets in Taiwan.	<i>Customer value, customer loyalty</i>	SEM-PLS	Temuan penelitian customer value terhadap customer loyalty
46	Haghkhah and Rasoolimanesh (2020), Effects of customer value and service quality on customer loyalty: mediation role of trust and	customer value , service quality , customer loyalty:	SEM-PLS	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan antara service quality, customer value, terhadap customer loyalty dalam konteks business-to-business

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	commitment in business-to-business context. ekerja untuk dua			
47	Panjaitan & Komari (2018), <i>The Role of Customer Value and Customer Pride as Variable Mediation on Customer Engagement Relationship with Corporate Image</i>	<i>Customer Value, Customer Pride, Customer Engagement Relationship, Corporate Image</i>	SEM	<i>Customer Engagement</i> secara positif mempengaruhi <i>Customer Value, Customer Pride</i> , dan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap citra perusahaan. <i>Customer Value</i> berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. <i>Customer Pride</i> berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. Hasilnya juga menjelaskan bahwa: <i>Customer Value</i> bertindak sebagai mediasi positif pada <i>Customer Engagement</i> hubungan dengan citra perusahaan, dan <i>Customer Pride</i> bertindak sebagai mediasi positif pada hubungan <i>Customer Engagement</i> dengan citra perusahaan
49	Tumbel (2012), Pengaruh	<i>Kebanggaan, nilai</i>	SEM_PLS	<i>Terdapat pengaruh kebanggaan terhadap</i>



No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	<i>kebanggaan, Kepercayaan, kualitas layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Perilaku Membeli Ulang Wanita Karir Di Pasar swalayan Manado”.</i>	<i>Pelanggan</i>		<i>nilai pelanggan.</i>
50	Yuliani (2014), <i>The Influence Of Customer Value, Brand Trust, And Emotional Relathionship Toward Customer Taplus Loyalty” (Study on BNI Branch Of Undip Semarang)..</i>	<i>Customer Value, Brand Trust, Emotional Relathionship , Customer Taplus Loyalty”</i>	Regresi linier berganda	bahwa variabel nilai pelanggan (X1), kepercayaan merek (X2), dan hubungan emosional (X3) baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas (Y).
51	Budiman & Muryati (2010), Customer Relationship Management (CRM) dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.	Customer Relationship Management (CRM) , Nilai Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.	Analisis jalur	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Pelanggan Hotel Kristal, sedangkan CRM dan Nilai Pelanggan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Hotel Kristal yang berdampak pada

No	Judul Penelitian, Author Dan Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
				Loyalitas Pelanggan Hotel Kristal.
51	Kishada and Wahab (2013), Factors affecting customer loyalty in Islamic banking : evidence from Malaysian banks.	Customer loyalty, customer value	Analisis komponen prinsip (PCA)	customer value berpengaruh signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada nasabah bank syariah.
52	(Ishaq 2012), Perceived Value, Service Quality, Corporate Image And Customer Loyalty: Empirical Assessment From Pakistan”.	Perceived Value, Service Quality, Corporate Image, Customer Loyalty:	Regresi	bahwa customer value berpengaruh terhadap customer loyalty.
53	Hakim et all (2017), <i>Influence of Customer Relationship Management, Brand Equity, Perceived Product Quality, Perceived Price on Customer Value and Purchase Intention (Studies Philips Light Bulb in Batam).</i>	<i>Customer Relationship Management, Brand Equity, Perceived Product Quality, Perceived Price on Customer Value and Purchase Intention</i>	SEM	<i>Customer Relationship Management berpengaruh terhadap customer value</i>

## lampiran 2. Kuisisioner

### KUESIONER

**Customer Engagement, Customer Pride , Customer Value sebagai pemediasi pengaruh Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Customer loyalty**  
(Diisi oleh Nasabah PT BPR Jatim)

---

*Kami mohon dengan sangat hormat kesediaan bpk/ibu untuk mengisi kuesioner ini. Pengisian kuesioner ini semata-mata untuk tujuan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan, semua jawaban dan pendapat saudara akan dirahasiakan oleh peneliti.*

#### **Petunjuk Pengisian:**

Pilihlah jawaban yang saudara anggap paling memenuhi persepsi saudara, dan berilah tanda *thick mark* (√) pada jawaban yang sesuai di kolom yang telah disediakan

- |                        |       |
|------------------------|-------|
| 1. Sangat tidak setuju | (STS) |
| 2. Tidak setuju        | (TS)  |
| 3. Netral              | (N)   |
| 4. Setuju              | (S)   |
| 5. Sangatsetuju        | (SS)  |

#### **IDENTITAS RESPONDEN:**

- |                      |   |                                      |
|----------------------|---|--------------------------------------|
| a. Nama              | : | ..... (boleh tidak diisi)            |
| b. Jenis kelamin     | : | Pria / Wanita <sup>*)</sup>          |
| c. Status Perkawinan | : | Kawin/ Belum Kawin <sup>*)</sup>     |
| d. Pendidikan        | : | SMP/ SMA/D3/ S1/ S2/S3 <sup>*)</sup> |

- e. Agama : Muslim/ Non Muslim\*)  
 f. Jenis Pekerjaan : Petani// PNS /TNI/POLRI/Karyawan Swasta/  
 Wiraswasta/ Lain lain\*)  
 g. Lama jadi nasabah :Di bawah 1 tahun / 1 – 3 tahun / Diatas 3 tahun\*)

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
<b>I. Variabel Service Quality</b>						
<b>a. Berwujud (<i>Tangible</i>)</b>						
1.	lokasi kantor PT BPR Jatim strategis dan mudah dijangkau	1	2	3	4	5
2.	Penampilan Gedung Pt BPR Jatim Megah	1	2	3	4	5
3	Sarana dan prasarana yang dimiliki PT BPR Jatim memadai.	1	2	3	4	5
<b>b. Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>						
4	Karyawan PT BPR Jatim Cepat dalam memberikan pelayanan	1	2	3	4	5
5.	Pelayanan Jadwal operasional di PT BPR Jatim setiap saat tepat waktu	1	2	3	4	5
6	Karyawan PT BPR Jatim Mempunyai pengetahuan yang baik sesuai dengan bidang kerjanya	1	2	3	4	5
7	Karyawan PT BPR Jatim melakukan pencatatan dengan teliti dalam setiap transaksi	1	2	3	4	5
<b>c. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)</b>						
8	Karyawan PT BPR Jatim mampu Memberikan informasi yang cepat dan akurat sesuai dengan kebutuhan masing-masing nasabah dengan baik	1	2	3	4	5

<b>d. Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>)</b>						
9	Karyawan PT BPR Jatim mampu menjaga rahasia nasabah (sangat dapat dipercaya)	1	2	3	4	5
10	Karyawan PT BPR Jatim mampu menjamin keamanan dan kenyamanan nasabah pada saat bertransaksi.	1	2	3	4	5
<b>e. Empati (<i>Empathy</i>)</b>						
11	Karyawan PT BPR Jatim selalu ramah dan sopan dalam melayani nasabah serta menghormati semua nasabah.	1	2	3	4	5
12	Karyawan PT BPR Jatim peduli terhadap keluhan nasabah dan membantu memberi solusi nasabah	1	2	3	4	5
<b>II. Variabel Customer Relationship Management</b>						
<b>a. People</b>						
13	karyawan baik dan ramah dalam pelayanan administrasi kepada nasabah	1	2	3	4	5
<b>b. Process</b>						
14	tersedia formulir yang mudah diisi untuk menyampaikan saran/keluhan dan formulir transaksi,	1	2	3	4	5
15	terdapat mekanisme penghargaan bagi nasabah yang memberikan sarana yang berkualitas,	1	2	3	4	5
16	pemberian buletin/surat secara periodik dari bank kepada nasabah.					
<b>c. Technology</b>						

17	tersedia situs internet untuk menyampaikan keluhan atau usulan nasabah dan transaksi	1	2	3	4	5
18	tersedia jaringan sistem on line yang luas agar mempermudah nasabah bertransaksi dengan bank	1	2	3	4	5
19	tersedia nomor telepon yang dapat dihubungi ( call center)	1	2	3	4	5
<b>III. Variabel Customer Engagement</b>						
<b>a. Involvement</b>						
20	Frekuensi nasabah mengunjungi website bank minimum 1 kali sebulan	1	2	3	4	5
21	Nasabah membaca informasi laman website bank lebih dari 3 menit	1	2	3	4	5
<b>b. Interaction</b>						
22	Nasabah memberi komentar di social media bank	1	2	3	4	5
23	Nasabah berkomunikasi dengan perusahaan melalui email	1	2	3	4	5
<b>c. Intimacy</b>						
24	Petugas BPR Jatim Call di 14044 merupakan pendengar yang baik	1	2	3	4	5
25	Petugas BPR Jatim Call di 14044 memberikan solusi permasalahan	1	2	3	4	5
26	Nasabah menerima greeting card online dari PT BPR Jatim saat ulang tahun	1	2	3	4	5
<b>d. Influence</b>						

27	Nasabah merekomendasikan jasa PT BPR Jatim kepada orang lain	1	2	3	4	5
28	Nasabah membroadcast pesan PT BPR Jatim kepada orang lain	1	2	3	4	5
29	Nasabah memposting nilai positif tentang PT BPR Jatim di social media nasabah	1	2	3	4	5
<b>IV. Variabel Customer Pride</b>						
<b>a. Positive word of mouth.</b>						
30	Nasabah mengatakan hal-hal positif tentang produk/ jasa PT BPR Jatim kepada orang lain	1	2	3	4	5
<b>b. Display of affiliation</b>						
31	Merasa senang dengan tampilan produk PT BPR Jatim	1	2	3	4	5
<b>c. Customer Acquisition</b>						
32	Nasabah senang pemanfaatan alat atau teknologi baru untuk kemudahan transaksi	1	2	3	4	5
<b>d. Pro-organization</b>						
33	Nasabah merasa senang penambahan cabang baru	1	2	3	4	5
<b>e. Brand loyalty</b>						
34	Nasabah merasa bangga / senang menggunakan atribut brand logo PT BPR	1	2	3	4	5
<b>V. Variabel Customer value</b>						
<b>a. Emotional value</b>						
35	Merasa senang karena menggunakan produk PT BPR Jatim	1	2	3	4	5
<b>b. Sosial value</b>						
36	Dengan menggunakan produk PT BPR Jatim	1	2	3	4	5

	nasabah tidak ketinggalan Jaman					
<b>c. Quality / performance value</b>						
37	Dengan menggunakan produk PT BPR Jatim nasabah lebih cepat dalam melakukan transaksi	1	2	3	4	5
<b>d. Price / value of money</b>						
38	Biaya yang dikeluarkan lebih hemat jika menggunakan produk PT BPR Jatim	1	2	3	4	5
<b>VI. Variabel Customer loyalty</b>						
<b>a. Repeat Purchase</b>						
39	Berkeinginan menabung/meminjam di PT BPR Jatim kembali	1	2	3	4	5
40	Berkeinginan menjalin hubungan yang baik dengan menambah transaksi	1	2	3	4	5
<b>b. Retention</b>						
41	Berkeinginan menjadikan PT BPR Jatim Bank UMKM Jatim pilihan pertama untuk kredit /simpanan/deposito dibanding bank lain	1	2	3	4	5
<b>c. Referrals</b>						
42	Berkeinginan mengajak teman, keluarga menjadi nasabah PT BPR Jatim Bank UMKM Jatim	1	2	3	4	5

*Atas segala partisipasi yang telah saudara berikan diucapkan terimakasih,  
Semoga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.*



### **Lampiran 3. Hasil Olahan Data SEM**