

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN NILAI  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi pada Nasabah Tabungan Bank BNI Syariah Cabang Semarang)**

*Devi Cornelia Sari<sup>1</sup>, R.A. Marlien<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Stikubank  
e-mail: <sup>1</sup>devicornelia87@gmail.com, <sup>2</sup>[marlien@edu.unisbank.ac.id](mailto:marlien@edu.unisbank.ac.id)

**ABSTRAK**

*Kualitas layanan merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau layanan yang mengandalkan kemampuannya untuk memuaskan atau menyiratkan kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan perbankan syariah berbeda dengan pelayanan yang diberikan oleh perbankan konvensional. Kualitas layanan yang diberikan mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan hukum dan prinsip Islam, tidak ada bunga yang diambil atau diberikan pada produk pembiayaan ataupun tabungan, tetapi menggunakan ketentuan bagi hasil.*

*Penelitian ini dilakukan pada nasabah bank BNI Syariah di Semarang dengan responden sejumlah 120 orang. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil temuan menunjukkan bahwa secara signifikan variabel kepercayaan dan nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Akan tetapi kualitas layanan yang diukur dengan kualitas fungsional dan kualitas teknis tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.*

*Kata kunci: Serqual, Bank Syariah, Kualitas Fungsional, Kualitas Teknik*

**1. PENDAHULUAN**

Sistem perbankan syariah diatur dalam UU No. 21 tahun 2008 dimana Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwa di bidang syariah. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali (<https://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah>).

Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia berkembang pesat dari waktu ke waktu. Semakin tingginya tingkat pertumbuhan perekonomian di Indonesia memicu semakin banyaknya bank syariah baru muncul ke publik. Pertumbuhan aset bank syariah per 30 September 2017 adalah 5,57% (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah>).

Bedanya bank syariah dengan bank konvensional adalah atribut-atribut khusus yang melekat pada bank syariah, seperti tidak ada unsur riba, sistem bagi hasil yaitu perhitungan bagi hasil dengan cara *profit sharing* artinya membagi keuntungan bersih dari usaha atau investasi yang sudah dijalankan, tidak ada unsur judi, untuk investasi yang halal, dan melakukan aktivitas sesuai syariah. Atribut-atribut produk Islam ini yang menjadi alasan utama para nasabah memilih menggunakan bank syariah dan menjadi indikator penilaian bagi nasabah.

Namun, meskipun produk-produk tersebut unggul secara syariah, masih banyak orang yang meragukan keprofesionalan pelayanannya. Unggul di dalam produk masih belum mencukupi untuk mempertahankan pelanggan. Di dalam masyarakat yang semakin kritis seperti sekarang, selain produk, pelayanan yang diberikan juga mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Kualitas pelayanan yang unggul akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Konsekuensi dari kepuasan pelanggan yang tinggi adalah akan memberi keuntungan yang tinggi pula bagi perusahaan. Salah satu keuntungannya adalah akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas nasabah merupakan sebuah usaha nasabah untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepercayaan dan kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti pembelian ulang hadi [1]. Loyalitas nasabah dapat dibentuk dari rasa percaya yang telah diciptakan sebelumnya yang berada dibenak nasabah, hal tersebut senada dengan penelitian yang dilakukan oleh [2].

Kualitas pelayanan di bank syariah, banyak kritik dari masyarakat, terutama mengenai penerapan sistem bagi hasil yang diterapkannya. Beberapa diantara mereka masih meragukan kesesuaian bank syariah dengan

syariat Islam. Selain itu, beberapa keluhan pelayanan di bagian *front office* yang terkesan kurang profesional dalam menanggapi keluhan pelanggan. Hal semacam ini tentu saja harus segera diselesaikan untuk menjaga loyalitas nasabah yang mengutamakan prinsip syariah sebagai motivator untuk menggunakan bank syariah. Upaya yang memungkinkan untuk dilakukan adalah dengan memperbaiki dan meningkatkan pelayanan bank syariah yang di dalamnya juga melibatkan kesesuaian produk dengan prinsip syariah yang menjadi pembeda bank syariah dengan bank konvensional.

## 2. Tinjauan Pustaka

### Kualitas Layanan

Kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau layanan yang mengandalkan kemampuannya untuk memuaskan atau menyiratkan kebutuhan pelanggan [3] [4].

Ukuran kualitas layanan yang berdasarkan pada prinsip syariah menggunakan *Compliance*. *Compliance* ini memiliki arti kemampuan dari perusahaan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syar'i, artinya bank dalam beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syar'i Islam khususnya menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Dimensi ini mempunyai indikator, yaitu: sesuai dengan hukum dan prinsip Islam, tidak ada bunga yang diambil atau diberikan pada produk pembiayaan ataupun tabungan, ketentuan produk dan layanan yang Islami, ketentuan pembiayaan bebas bunga, ketentuan produk-produk investasi bagi hasil.

Meskipun begitu banyak dan luas teori yang berkaitan dengan jasa, namun dari segi karakteristik layanan yaitu dari persepsi pelanggan atas kualitas layanan dapat dibedakan menjadi dua hal yang mempengaruhi kualitas layanan total yaitu bagaimana pelayanan yang diterima oleh pelanggan dan proses pelayanan itu sendiri. Dimensi ini menurut Model Gronroos (Model Eropa) yang terdiri dari kualitas fungsional dan kualitas teknis.

Menurut [5] mendefinisikan bahwa kualitas layanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Kualitas fungsional atau proses artinya bagaimana pelanggan mendapatkan pelayanan atau mengalami proses produksi dan konsumsi yang simultan, hal ini berkaitan dengan interaksi antara konsumen dengan penyedia layanan. Kualitas fungsional yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa, meliputi: kepedulian, keramah tamahan, dan profesionalisme. Kualitas Teknis, [5] mendefinisikan bahwa kualitas teknis atau hasil yang sering dianggap sebagai kualitas penyampaian produk, artinya apa yang diterima pelanggan dalam interaksinya dengan perusahaan. Kualitas teknis yaitu komponen yang berkaitan dengan hasil kualitas jasa yang diterima oleh pelanggan, meliputi: ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kerapian hasil.

Bank-bank Syariah perlu menyadari kualitas layanan yaitu: produk dan layanan bank syariah dianggap berkualitas tinggi oleh pelanggan karena konsepnya melakukan pekerjaan dalam Islam yaitu pekerjaan dianggap dalam Islam sebagai jenis ibadah, dan mengadaptasi kualitas layanan di bank-bank Islam telah menjadi penting karena hubungannya yang jelas dengan biaya, profitabilitas, kepuasan pelanggan, dan positif dari mulut ke mulut.

### Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain atau mitra bisnis dalam melakukan keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang di harapkan [6];[7]. Adapun indikator kepercayaan meliputi: kejujuran (*honesty*), kebajikan (*benevolence*), dan kompetensi (*competence*).

Bank Syariah dalam beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, tidak ada unsur riba. Sistem bagi hasil yaitu perhitungan bagi hasil dengan cara *profit sharing* artinya membagi keuntungan bersih dari usaha atau investasi yang sudah dijalankan, tidak ada unsur judi, untuk investasi yang halal, dan melakukan aktivitas sesuai syariah.

### Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan adalah selisih nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total. Dimana nilai pelanggan total adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu. Sedangkan biaya pelanggan total adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan membuang produk atau jasa [6].

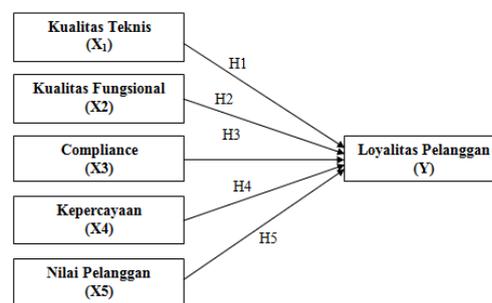
Nilai pelanggan dapat dijabarkan sebagai preferensi yang pelanggan rasakan terhadap ciri produk, kinerja, dan sejauh mana telah memenuhi apa yang diinginkannya. Kinerja produk yang dirasakan pelanggan sama atau lebih besar dari yang diharapkan, yang dianggap bernilai dapat memberikan kepuasan [8]. Indikator dari nilai pelanggan yaitu: nilai persepsi atas pengorbanan (besarnya tarif dibandingkan pesaing), nilai emosional (bangga/puas dengan bank langganannya), nilai fungsional (layanan yang diberikan

oleh bank), nilai sosial (kemudahan dalam berinteraksi dengan nasabah lain). produk atau jasa, merekomendasikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan dari daya tarik pesaing

### Loyalitas

Loyalitas pelanggan adalah wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih (Griffin, 2005). Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih [6]. Loyalitas pelanggan adalah kerelaan pelanggan untuk terus membeli produk dan jasa perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Pelanggan yang loyal akan berperilaku positif dengan sukarela menceritakan hal-hal yang baik tentang produk dan akan merekomendasikan kepada rekan di sekitarnya [9].

Salah satu faktor mempertahankan loyalitas nasabah pada perbankan syariah yaitu faktor bagi hasil dengan prinsip non ribawi artinya tidak ada unsur riba dalam mengelola keuangan dan memberikan pelayanan prima kepada nasabah. Lembaga keuangan syariah menerapkan pelayanan prima (*service excellence*) untuk memenuhi kepuasan nasabah agar mendapatkan apa yang diinginkan dengan mudah bahkan mendapatkan lebih dari apa yang dipersiapkan sehingga nasabah akan loyalitas nasabah.



Gambar 1: Model Penelitian

### Hipotesis

- H1: Kualitas Teknis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan
- H2: Kualitas Fungsional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan
- H3: Compliance berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan
- H4: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan
- H5: Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah Cabang Semarang dengan jumlah sampel sebesar 120. Metode sampling yang digunakan *purposive sampling*.

### 4. Hasil dan Pembahasan

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut [10]. Asumsi yang mendasari dapat tidaknya digunakan untuk menganalisis faktor adalah data matriks harus memiliki korelasi yang cukup. Uji *Barlett's of Sphericity* yaitu uji statistik untuk menentukan ada tidaknya korelasi antar variabel. Alat uji lain yang digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor adalah *Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA)*. Nilai KMO bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang dikehendaki harus > 0,50 untuk dilakukan analisis factor, sedangkan nilai masing-masing item dikatakan valid apabila *factor loading* menunjukkan nilai lebih besar >0,4 [10].

Indikator-indikator pernyataan dari variabel kualitas layanan yang diukur dengan kualitas teknis, kualitas fungsional, variabel *compliance*, kepercayaan, nilai pelanggan, dan loyalitas pelanggan yang diteliti semua sudah valid artinya dapat dilakukan analisis selanjutnya.

Tabel 1: Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai KMO > 0,5	Faktor Loading > 0,4	Keterangan
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y.1	0.762	0.823	Valid
	Y.2		0.649	Valid
	Y.3		0.866	Valid
	Y.4		0.789	Valid
Kualitas Teknis (X1)	X1.1	0.642	0.746	Valid
	X1.2		0.760	Valid
	X1.3		0.739	Valid
Kualitas Fungsional (X2)	X1.4	0.635	0.705	Valid
	X1.5		0.805	Valid
	X1.6		0.773	Valid
	X1.7		0.576	Valid
Compliance (X3)	X1.8	0.734	0.592	Valid
	X1.9		0.666	Valid
	X1.10		0.668	Valid
	X1.11		0.813	Valid
Kepercayaan (X4)	X2.1	0.674	0.774	Valid
	X2.2		0.841	Valid
	X2.3		0.808	Valid
Nilai Pelanggan (X5)	X3.1	0.701	0.669	Valid
	X3.2		0.767	Valid
	X3.3		0.841	Valid
	X3.4		0.696	Valid

Sumber : data primer yang diolah (2018)

Tabel 2: Uji Reliabilitas

No	Indikator	Standart Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Teknis (X1)	0.6	0.607	Reliabel
	Kualitas Fungsional (X2)	0.6	0.637	Reliabel
3	Compliance (X3)	0.6	0.678	Reliabel
4	Kepercayaan (X4)	0.6	0.732	Reliabel
5	Nilai Pelanggan (X5)	0.6	0.730	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah (2018)

Uji reliabilitas atau kehandalan berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi kuesioner yang digunakan. Mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* >0,6 dikatakan reliabel.

Kualitas layanan yang diukur dengan kualitas teknis, kualitas fungsional, variabel *compliance*, kepercayaan, dan nilai pelanggan diperoleh nilai *cronbach alpha* >0.6. Dengan demikian, maka seluruh variabel yang diteliti adalah reliabel dan bisa dilakukan analisis selanjutnya.

Uji model dilakukan dengan menggunakan uji determinasi yaitu  $R^2$  *adjusted* yang memiliki nilai 45,3%. Hal ini berarti 45.3% variabel loyalitas pelanggan mampu di jelaskan oleh variasi independen, yakni kualitas teknis, kualitas fungsional, *compliance*, kepercayaan, dan nilai pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 54.7% di jelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Uji kedua dengan uji statistik F digunakan untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen bersama-sama dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar  $\alpha = 5\%$ . Nilai F hitung sebesar 20.695 dengan probabilitas signifikan 0.000 kurang dari 0 yang berarti model regresi layak di gunakan dalam penelitian.

Model regresi  $Y = -0,537 X_1 - 0,024 X_2 - 0,296 X_3 + 0,000 X_4 + 0,000 X_5$ .

Model di atas variabel kualitas teknis (X1) memiliki pengaruh yang negatif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan secara teknis yang diberikan oleh Bank BNI Syariah Cabang Semarang selalu ditingkatkan, akan tetapi belum mampu meningkatkan loyalitas nasabah. Didukung dengan hasil analisis deskriptif bahwa masih banyak ditemukan keluhan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kualitas fungsional (X2), *compliance* (X3) berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan, artinya meskipun kualitas fungsional dan *compliance* yang diberikan semakin baik oleh Bank BNI Syariah Cabang Semarang, akan tetapi belum mampu membuat nasabah menjadi loyal. Ada sebagian nasabah masih belum yakin atau paham terhadap produk yang ditawarkan berdasarkan syariah.

Hasi uji deskriptif masih ada nasabah yang belum memahami produk tabungan di Bank BNI Syariah mengenai akad yang ada yaitu akad wadiah atau titipan dan akad mudharabah atau bagi hasil. Sehingga dalam hal ini pentingnya Bank BNI Syariah untuk mensosialisasikan mengenai produk-produk syariah yang dimiliki, supaya nasabah lebih memahami mengenai ketentuan akad yang ada, dan juga ketentuan bagi hasil antara nasabah dengan Bank.

Kepercayaan (X4) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya semakin tinggi kepercayaan dibenak masyarakat, maka semakin meningkat loyalitas pelanggan. Hal ini didukung oleh indikator bahwa Bank BNI Syariah berkompeten dan dipercaya produk yang dimiliki berbasis syariah.

Nilai pelanggan (X5) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya meskipun ada biaya yang harus ditanggung nasabah tidak menjadi beban karena manfaat yang dirasakan pelanggan lebih besar sehingga akan meningkat loyalitas pelanggan.

## 5. Kesimpulan dan Agenda Penelitian

Kualitas layanan yang diukur oleh kualitas teknis, kualitas fungsional, dan dimensi *compliance* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan Bank BNI Syariah tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Karena untuk mempertahankan dan memperluas nasabah, Bank harus meningkatkan kualitas layanan dengan memberikan pelayanan secara tepat, cepat, dan sesuai standar operasional. Bank juga harus merespon keinginan nasabah dan menanggapi keluhan-keluhan dari nasabah dan selalu memberikan solusi terhadap permasalahan nasabah Sehingga dengan begitu dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada Bank Syariah. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin pelanggan percaya atas dana yang disimpannya aman, bebas dari riba, akad yang digunakan tidak melanggar aturan Islam semakin meningkatkan loyalitas pelanggan. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin besar nilai pelanggan maka semakin meningkatkan loyalitas pelanggan. Manfaat yang diperoleh pelanggan menggunakan produk bank syariah yaitu: terhindar dari riba, berdasarkan syariah Islam, dan keuntungan yang didapatkan berdasarkan bagi hasil yang lebih adil dan transparan, serta memberlakukan saldo tabungan yang rendah.

### Agenda Penelitian Akan Datang

Untuk menyempurnakan, mengembangkan konsep maka penelitian yang akan datang sebaiknya menambahkan variabel kualitas produk, kepuasan pelanggan. Dibutuhkan sebuah keberanian untuk bisa memunculkan dan memperkuat teori yang berkaitan dengan pemasaran syariah.

### Daftar Pustaka

- [1] E. Hadiyati, "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT< Pos Indonesia (Pesero) Kantor Pos Lawang," *J. Univ. Jambi*, vol. 2, no. 2, pp. 81–90, 2010.
- [2] H. Qin and Prybutok, "Determinant Of Customer-Perceived Service Quality In Fast Food Restaurants And Their relationship To Customer Satisfaction And Behavioral Intention," *Qual. Manag. J.*, vol. 15, no. 2, pp. 35–50, 2008.
- [3] A. Othman and O. L., "Adopting And Measuring Customer Service Quality In Islamic Banks: A Case Study In Kuwait Finance House," *Int. J. Islam. Financ. Serv.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–26, 2001.
- [4] Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- [5] C. Gronroos, *Service Management And Marketing: A Customer Relationship Management Approach*, 2nd ed. West Sussex: John Wiley And Sons, Ltd, 1984.
- [6] P. Kotler and K. Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.
- [7] Flavia and Giunaliu, "Measure On Web Usability Websites," *J. Comput. Inf. Syst.*, vol. 48, no. 1, pp. 17–123, 2007.
- [8] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, 12th ed. Jakarta: PT. Mancana Jaya Cemerlang, 2012.
- [9] R. . Marlien, *Dampak Nilai Ciptaan-bersama Berdasarkan Kolaborasi Bersinergi Terhadap Capaian Keperilakuan Pelanggan*. Salatiga: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis- UKSW, 2018.
- [10] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. 2011.
- [11] Bank Indonesia. 1998. UU No.10 tahun 1998, *Tentang Perubahan Terhadap UU No.7 tahun 1992*, Jakarta.
- [12] BNI Syariah Cabang Semarang. 2018. *Data Nasabah Rekening Bank Negara Indonesia Cabang Semarang*.
- [13] Bank Indonesia. 1998. UU No.10 tahun 1998, *Tentang Perubahan Terhadap UU No.7 tahun 1992*, Jakarta.
- [14] BNI Syariah Cabang Semarang. 2018. *Data Nasabah Rekening Bank Negara Indonesia Cabang Semarang*.