

HUBUNGAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI DAN GAYA HIDUP DENGAN PERILAKU PENUKARAN *POINT REWARD* KARTU KREDIT DI KOTA DENPASAR

Melia¹
Ni Wayan Sri Suprapti²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
e-mail: meliabouman@gmail.com / Telp: +6289 76 44 62 72

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan karakteristik demografi (jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan) dan gaya hidup dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit bagi pengguna kartu kredit di Kota Denpasar. Penelitian ini menyasar nasabah Bank Mandiri Cabang Surapati dan BCA Cabang, dengan sampel masing-masing sebanyak 50 orang nasabah. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kemudian diolah dengan menggunakan teknik analisis *Chi-square*. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa di antara keempat variabel demografi itu, hanya pendapatan yang memiliki hubungan signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit. Gaya hidup juga tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

Kata kunci : *demografi, gaya hidup, point reward kartu kredit*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship of demographic characteristics (gender, age, education, and income) and lifestyle with onsite behavior reward point credit cards for credit card users in the city of Denpasar. This study is targeting customers of Bank Mandiri and BCA Soerapatti Branch Branch, with each sample as many as 50 customers. Data were collected by distributing questionnaires then processed using Chi-square analysis techniques. The results of data processing show that among the four demographic variables, only income had a significant relationship with the behavior of credit card reward point redemption. Lifestyle also does not have a significant relationship with the behavior of credit card reward point redemption.

Keywords: *demographics, lifestyle, credit card reward points*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Jumlah pengguna kartu kredit di Indonesia yang dirilis Bank Indonesia, mencapai 14 juta orang lebih. Pada Januari 2013, pengguna kartu kredit di Indonesia mencapai 14.591.371 orang. Sementara nilai transaksi di awal tahun 2013 ini mencapai Rp. 17,96 triliun (Anonim, 2013).

Bank Mandiri merupakan bank terbaik, terdepan, dan terpercaya di Indonesia. Jumlah pengguna kartu kredit Bank Mandiri terus meningkat. Sampai dengan tahun 2013, jumlah pengguna kartu kredit Bank Mandiri di Indonesia berjumlah 2,9 juta orang (Anonim, 2013). Jumlah pengguna kartu kredit Bank Mandiri di Bali mencapai 39.000 orang dan diperkirakan akan terus meningkat (Anonim, 2013). Salah satu program yang ditawarkan oleh Bank Mandiri adalah Mandiri *Power Points*. Setiap transaksi yang dilakukan oleh pengguna kartu dengan menggunakan kartu kredit Bank Mandiri akan mendapatkan Mandiri *Power Points*, yang jika dikumpulkan dalam jumlah tertentu dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran hadiah, donasi, ataupun pembebasan iuran kartu kredit secara gratis. Setiap transaksi yang dilakukan dengan menggunakan kartu kredit Bank Mandiri sebesar Rp 2.500 akan mendapatkan satu *point* dan berlaku kelipatannya.

Selain Bank Mandiri terdapat pula BCA (Bank Central Asia). BCA merupakan bank dengan pengguna kartu kredit terbanyak di Indonesia. Jumlah pengguna kartu kredit BCA di Bali mencapai 43.000 orang (Anonim, 2013). BCA menawarkan beragam pilihan dan kemudahan untuk nasabah dalam melakukan

transaksi perbankan, baik untuk nasabah bisnis maupun nasabah individu. Tersedia pula *reward* BCA berupa nilai tunai (*cash back*) yang didapatkan dari setiap transaksi. *Reward* BCA bisa digunakan untuk bertransaksi di *merchant reward* BCA seperti di Starbuck Coffe, Pizza Hut, Toko Buku Gramedia, Optik Melawai, dan Carrefour. Setiap Bank mempunyai cara tersendiri untuk memanjakan nasabah mereka. Yusnaini (2010) menyatakan bahwa suatu perusahaan jasa yang ingin tetap unggul bersaing harus dapat menyediakan jasa yang mempunyai kualitas tinggi secara berkesinambungan.

Toelle (2011) menyatakan bahwa program *point reward* kartu kredit adalah mengenai faktor yang mempengaruhi penebusan *point reward* yang mengemukakan bahwa tingkat penebusan berkaitan dengan kesadaran tentang program *point reward*, durasi penggunaan kartu kredit, penggunaan rata-rata kartu kredit, dan sikap pelanggan terhadap insentif *point reward*. Liu (2009) menyatakan bahwa pelanggan yang memegang kartu kredit selama jangka waktu yang panjang lebih mungkin mengumpulkan *point reward* mereka, dan mereka akan memiliki lebih banyak kesempatan untuk menukarkan *point* mereka.

Setiap keputusan pembelian berhubungan dengan karakteristik demografi. Selain karakteristik demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan, gaya hidup juga bisa mempengaruhi perilaku konsumen. Wanita sering dianggap lebih konsumtif, dapat dilihat dari penggunaan kartu kredit yang semakin aktif. Sisi emosi yang cenderung mendominasi perasaan dan pikiran wanita menjadi

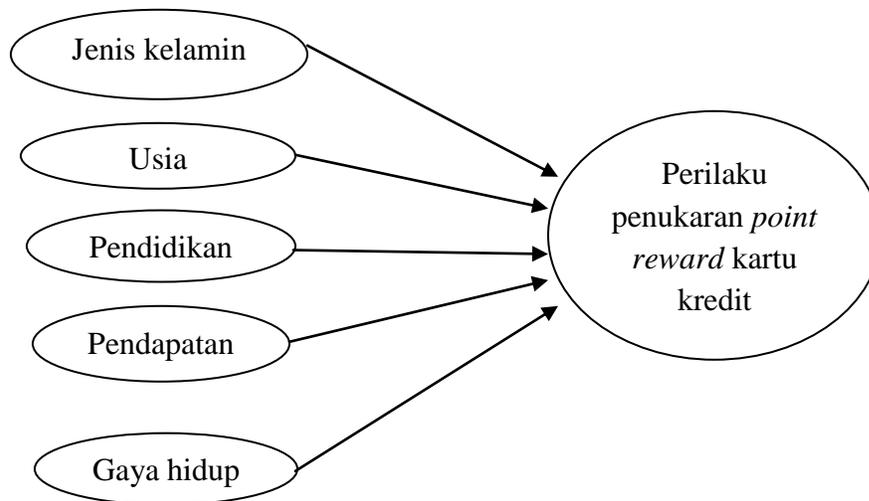
alasan mereka mudah tergugah oleh stimulasi dari lingkungan yang ditawarkan, oleh sebab itu kaum wanita lebih banyak mengumpulkan *point reward* dan kemudian menukarkan dengan hadiah yang telah disediakan oleh pihak bank. Usia merupakan ukuran tingkat seseorang dalam berpikir dan dapat mempengaruhi kematangan seseorang dalam memutuskan, memilih dan menentukan suatu pilihan termasuk dalam menggunakan kartu kredit, dimana konsumen usia 18 sampai 30 tahun lebih sering menggesekkan kartu kredit mereka. Dali *et al.* (2008) menyatakan konsumen berpenghasilan tinggi adalah target utama bagi penerbit kartu kredit. Penghasilan yang tinggi menjadi faktor yang penting untuk meningkatkan penggunaan kartu kredit sehingga konsumen dapat mengumpulkan *point reward* yang dimiliki. Rita *et al.* (2010) menyatakan tingkat pendidikan mempunyai pengaruh dalam mengambil keputusan seseorang. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka memberikan pengaruh secara positif pada tingkat kepemilikan kartu kredit, kelompok konsumen pendidikan tinggi umumnya memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen pada kelompok pendidikan rendah. Gaya hidup sebagai faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen sering dikaitkan dengan penggunaan kartu kredit, dimana kartu kredit diperuntukkan sebagai *life style* atau menunjukkan kelas sosial penggunanya.

Penelitian ini memiliki tujuan berikut: (1) mengetahui hubungan karakteristik demografi (jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan) dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit bagi pengguna kartu kredit Bank Mandiri dan

BCA di Kota Denpasar; (2) mengetahui hubungan gaya hidup dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit bagi pengguna kartu kredit Bank Mandiri dan BCA di Kota Denpasar.

Berdasarkan tinjauan konseptual dan hasil-hasil studi sebelumnya, berikut digambarkan kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antar variabel dan hipotesis penelitian.

Kerangka Konseptual Hubungan Karakteristik Demografi dan Gaya Hidup Dengan Perilaku Penukaran *Point Reward* Kartu Kredit



Hipotesis Penelitian

H1 : Jenis kelamin memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

H2 : Usia memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

H3 : Pendidikan memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

H4 : Pendapatan memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

H5 : Gaya hidup memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, penelitian ini digolongkan pada penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2010:5).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dengan menyasar nasabah dari dua bank yaitu Bank Mandiri dan BCA. Penyebaran kuisisioner dilakukan di Bank Mandiri Cabang Surapati yang beralamat di Jl. Surapati No.15 dan BCA Cabang Denpasar yang beralamat di Jl. Hasanudin No. 58 Denpasar. Adapun yang melatar belakangi pemilihan Bank Mandiri dan BCA sebagai lokasi penelitian adalah karena terletak pada lokasi yang strategis di pusat kota, wilayah perkantoran, dan perdagangan sehingga strategis dalam menjalankan usaha perbankan.

Identifikasi Variabel

1. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri atas variabel demografi dan variabel gaya hidup, yang masing-masing diberi simbol sebagai berikut:

1) Jenis kelamin (X1)

Jenis kelamin dibagi menjadi dua kelompok yaitu pria dan wanita.

2) Usia (X2)

Usia dibagi menjadi dua kelompok yaitu usia ≤ 30 dan > 30 tahun.

3) Pendidikan (X3)

Pendidikan dibagi menjadi dua kelompok yaitu pendidikan \leq diploma dan $>$ diploma.

4) Pendapatan (X4)

Pendapatan dibagi menjadi dua kelompok yaitu pendapatan \leq Rp. 5.000.000 dan $>$ Rp. 5.000.000

5) Gaya hidup (X5)

Gaya hidup dibagi menjadi dua kelompok yaitu gaya hidup *indoor* (didalam rumah) dan *outdoor* (diluar rumah).

2. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku penukaran *point reward* kartu kredit yang diberi simbol Y.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu jumlah pengguna kartu kredit Bank Mandiri dan BCA di Kota Denpasar dan data kualitatif berupa identitas responden dan perilaku pengguna kartu kredit Bank Mandiri dan BCA di Kota Denpasar.

Data diperoleh dari dua sumber yaitu sumber primer langsung dari responden dan sumber sekunder yaitu dari publikasi yang dikeluarkan oleh majalah online yaitu Kompas, Detik Finance, Bank Mandiri dan BCA di situs internet.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri dan BCA di Kota Denpasar.

Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai ukuran sampelnya sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gunawan *et al.* (2013), masing-masing 50 responden untuk Bank Mandiri dan 50 responden untuk BCA di Kota Denpasar.

Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Chi-square*. Gunawan *et al.* (2013) menyatakan bahwa uji *Chi-square* digunakan untuk menguji hubungan dua buah variabel (baris dan kolom) dan mengukur kuatnya hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya. Kriteria pengujian *Chi-square* dengan melihat taraf signifikansi (α), yaitu :

Jika $p \leq 0,05$, maka H_0 ditolak

Jika $p \geq 0,05$, maka H_0 diterima

Rumus *Chi-square* (Siregar, 2010)

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan:

X^2 = Nilai Chi-kuadrat

f_o = frekuensi yang diperoleh

f_e = frekuensi yang diharapkan (teoretis), bila f_e tidak dapat diketahui

Taraf signifikan yang digunakan (α) yang digunakan adalah 5 persen (%) atau 0,05

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian berturut-turut disajikan pada tabel berikut. Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 100 orang responden, 70 persen menyatakan cukup sering menggunakan kartu kredit sebagai alat pembayaran, 23 persen menyatakan jarang dan 7 persen yang menyatakan selalu.

Tabel 1
Penggunaan Kartu Kredit untuk Pembayaran

Frekuensi Pengguna	Jumlah (Orang)	Persentase
Jarang	23	23,0
Cukup sering	70	70,0
Selalu	7	7,0
Total	100	100,0

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 100 orang responden, 36 persen menggunakan kartu kredit dalam pembelian makanan, 27 persen dalam pembelian pakaian, 16 persen dalam pembelian keperluan rumah tangga, 9 persen dalam pembelian alat elektronik, 6 persen dalam pembelian perhiasan dan masing-masing 3 persen dalam pembelian buku dan mobil.

Tabel 2
Penggunaan Kartu Kredit dalam Pembelian Produk

Frekuensi Pengguna	Jumlah (Orang)	Persentase
Pakaian	27	27,0
Elektronik	9	9,0
Buku	3	3,0
Perhiasan	6	6,0
Makanan	36	36,0
Mobil	3	3,0
Total	100	100,0

Alasan menggunakan kartu kredit dalam pembayaran

Terdapat 4 alasan responden menggunakan kartu kredit dalam pembayaran, yaitu: praktis, tidak perlu membawa uang tunai, bisa mendapatkan diskon, dan aman.

Dalam penelitian ini, responden yang menjawab praktis adalah yang terbanyak yaitu 64 persen, responden yang menjawab aman sebanyak 51 persen, tidak perlu membawa uang tunai sebanyak 43 persen, dan bisa mendapatkan diskon sebanyak 37 persen.

Jenis kegiatan di waktu luang

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari jenis kegiatan yang dilakukan saat memiliki waktu luang. Kegiatan yang dimaksud dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang dilakukan di dalam rumah (*indoor*) dan yang dilakukan di luar rumah (*outdoor*). Kegiatan *indoor* antara lain meliputi berkebun, membaca buku, memasak, atau menonton televisi, sedangkan kegiatan *outdoor* antara lain meliputi belanja, *hangout*, *travelling*, atau menonton bioskop.

Dalam penelitian ini, proporsi responden tampak berimbang, antara yang suka kegiatan *indoor* dengan yang suka kegiatan *outdoor*, yaitu sama-sama 50 persen. Bagi mereka yang menyukai kegiatan *indoor*, kegiatan yang paling disenangi adalah menonton televisi yaitu sebanyak 50 persen, memasak sebanyak 39 persen, berkebun sebanyak 38 persen, dan membaca buku sebanyak 32 persen. Bagi mereka yang menyukai kegiatan *outdoor*, kegiatan yang paling disenangi adalah *hangout* sebanyak 48 persen, belanja sebanyak 47 persen, menonton bioskop sebanyak 43 persen, dan *traveling* sebanyak 24 persen.

Perolehan pengumpulan *point reward* kartu kredit

Responden yang menggunakan kartu kredit akan memperoleh *point reward* dari setiap transaksi yang dilakukan. Perolehan pengumpulan *point reward* kartu kredit dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 kategori yakni responden yang peduli dengan perolehan pengumpulan *point reward* dan responden yang tidak peduli dengan perolehan pengumpulan *point reward* kartu kredit. Dalam penelitian ini

semua responden peduli dengan perolehan pengumpulan *point reward* kartu kredit yaitu sebanyak 100 persen.

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 100 orang responden, 70 persen menyatakan cukup sering menukarkan *point reward* kartu kredit, dan masing-masing 15 persen menyatakan jarang dan selalu.

Tabel 3
Penukarkan *Point Reward* Kartu Kredit

Frekuensi Pengguna	Jumlah (Orang)	Persentase
Jarang	15	15,0
Cukup sering	70	70,0
Selalu	15	15,0
Total	100	100,0

Tabel 4 menunjukkan bahwa dari 100 orang responden, 34 persen menggunakan *point reward* kartu kredit dalam pembelian pakaian, 30 persen dalam pembelian makanan, 26 persen dalam pembelian alat elektronik, dan 10 persen dalam pembelian buku.

Tabel 4
Keperluan dalam Menggunakan *Point Reward* Kartu Kredit

Frekuensi Pengguna	Jumlah (Orang)	Persentase
Pembelian buku	10	10,0
Pembelian makanan	30	30,0
Pembelian elektronik	26	26,0
Pembelian pakaian	34	34,0
Jumlah	100	100,0

Pengujian Hipotesis

Tabel 5
Hasil Uji *Pearson Chi-square*

No	Variabel		Koefisien korelasi	Signifikansi	Keterangan
	Bebas	Terikat			
1	Jenis kelamin	Penukaran <i>point reward</i>	4,095	0,129	Tidak signifikan
2	Usia	Penukaran <i>point reward</i>	1,260	0,533	Tidak signifikan
3	Pendidikan	Penukaran <i>point reward</i>	2,288	0,319	Tidak signifikan
4	Pendapatan	Penukaran <i>point reward</i>	6,647	0,036	Signifikan
5	Gaya hidup	Penukaran <i>point reward</i>	3,885	0,143	Tidak signifikan

Jenis kelamin menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 4,095 dengan taraf signifikansi sebesar 0,129. Nilai signifikansi sebesar $0,129 > 0,05$, menunjukkan bahwa jenis kelamin tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

Usia menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 1,260 dengan taraf signifikansi sebesar 0,533. Nilai signifikansi sebesar $0,533 > 0,05$, menunjukkan

bahwa usia tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

Pendidikan menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 2,288 dengan taraf signifikansi sebesar 0,319. Nilai signifikansi sebesar $0,319 > 0,05$, menunjukkan bahwa tingkat pendidikan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

Pendapatan menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 6,647 dengan taraf signifikansi sebesar 0,036. Nilai signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$, menunjukkan bahwa tingkat pendapatan memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

Gaya hidup menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 3,885 dengan taraf signifikansi sebesar 0,143. Nilai signifikansi sebesar $0,143 > 0,05$, menunjukkan bahwa gaya hidup tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

Diantara variabel demografi yang diteliti yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan, hanya pendapatan yang memiliki hubungan signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit. Sementara itu, gaya hidup juga tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dalam penelitian ini membahas tentang hubungan karakteristik demografi dan gaya hidup dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit Bank Mandiri dan BCA di Kota Denpasar. Berdasarkan hasil uji dalam pembahasan permasalahan tersebut penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan. Berdasarkan keempat faktor tersebut hanya pendapatan yang memiliki hubungan signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit, artinya bahwa konsumen yang berpendapatan \leq Rp. 5.000.000 atau $>$ Rp. 5.000.000 memiliki peluang yang berbeda dalam menukarkan *point reward*, yang diperoleh dari berbelanja menggunakan kartu kredit.
2. Variabel gaya hidup tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran *point reward* kartu kredit, artinya bahwa konsumen yang bergaya hidup *outdoor* dan *indoor* memiliki peluang yang sama dalam menukarkan *point reward*, yang diperoleh dari berbelanja menggunakan kartu kredit.

Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian, maka saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa jenis kelamin, usia, pendidikan, dan gaya hidup tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penukaran

point reward kartu kredit, hanya pendapatan yang berhubungan signifikan. Bagi pihak bank sebagai perusahaan yang menyediakan kartu kredit hendaknya mencari solusi dalam melakukan promosi, melihat adanya perbedaan karakteristik demografi dan gaya hidup konsumen yang berbeda-beda dalam menukarkan *point reward*. Promosi dapat dilakukan melalui televisi, radio, koran, majalah, dan internet. Pihak Bank Mandiri dan BCA sebaiknya bekerja sama dengan tempat perbelanjaan yang banyak dikunjungi seperti Matahari Duta Plaza, Ramayana, dan Tiara Dewata untuk memudahkan konsumen melakukan penukaran *point reward* kartu kredit.

2. Bagi penelitian berikutnya, dapat menambahkan variabel kualitas pelayanan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Dengan menambahkan variabel yang akan diteliti diharapkan dapat melengkapi hasil penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Anonim. 2013. Produk dan Layanan Kredit Card, BCA.
http://www.bca.co.id/id/individual/produk_dan_layanan/creditcard/fasilitas/fasilitas_landing. Diunduh tanggal 16 Agustus 2013.
- Anonim. 2013. Pengguna Kartu Kredit di Indonesia Meningkat, Kartu Kredit.
<http://www.carikredit.com/berita/detail/04/03/2013/1248/pengguna-kartu-kredit-di-indonesia-meningkat>. Diunduh tanggal 10 Desember 2013.
- Anonim. 2013. Power Points Kartu Kredit, Mandiri.
<http://powerpoints.2013.mandirikartukredit.com>. Diunduh tanggal 2 Januari 2014.
- Dali, Mohd Bin Shah Ridwan Nuradli and Hamid, Abdul Hanifah. 2008. Factors Influencing the Islamic Credit Cards Holders Satisfaction. *Journal of Manajement*. 11(2),pp:298-304.

- Gunawan, Marselina dan Linawati, Nanik. 2013. Cost and Benefit Kartu Kredit. *Jurnal Pemasaran*. 1 (2),pp:79-84.
- Liu, Tingchi Matthew. 2009. Do Credit Card Redemption Reward Programs Work in China? An Empirical Study. *Journal of Consumer Marketing*. 26(6),pp:403-414.
- Rita, Rio Maria dan Kusumawati, Ratna. 2010. Pengaruh Variabel Sosio Demografi dan Karakteristik Finansial Terhadap Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Menggunakan Kartu Kredit. *Jurnal Manajemen*. pp:109-128.
- Siregar, Syofian. 2010. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Toelle, Sulystiawati. 2011. The Factors Affecting the Redemption of Credit CardReward Points in Indonesia. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*. 5(5),pp:110-120.
- Yusnaini. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Bank Swasta. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. 2 (1),pp:1.