

**PENGARUH MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN DAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP STABILITAS LABA
PERUSAHAAN BANK BCA DENGAN MEDIASI LOYALITAS
PELANGGAN**

Dea Aprilia¹, Rahma Irvia², Fazrianisa³, Retno Purwani Setyaningrum⁴

Universitas Pelita Bangsa

Email: deaaprilia354@gmail.com¹, rahmairvia02@gmail.com², fazrianisa14@gmail.com³,
retno.purwani.setyaningrum@pelitabangsa.ac.id⁴

Abstrak – Penelitian ini mengkaji pengaruh manajemen risiko keuangan dan kepercayaan pelanggan terhadap stabilitas laba Bank BCA dengan loyalitas pelanggan sebagai variabel mediasi. Tujuan penelitian adalah menganalisis hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel berdasarkan persepsi nasabah. Populasi penelitian mencakup nasabah BCA di Kabupaten Bekasi, dengan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus hairs. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode SEM-PLS dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen risiko keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap stabilitas laba. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas dan stabilitas laba, serta loyalitas terbukti memediasi pengaruh kedua variabel tersebut terhadap stabilitas laba.

Kata Kunci: Manajemen Risiko Keuangan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Stabilitas Laba.

Abstract – This study examines the influence of financial risk management and customer trust on BCA Bank's profit stability, with customer loyalty as a mediating variable. The study aims to analyze both direct and indirect relationships between variables based on customer perceptions. The research population includes BCA customers in Bekasi Regency, with the sample size determined using the hairs formula. Data were collected through questionnaires and analyzed using the SEM-PLS method with SmartPLS 4. The results show that financial risk management has no significant effect on profit stability. Customer trust has a positive and significant effect on loyalty and profit stability, and loyalty is proven to mediate the influence of both variables on profit stability.

Keywords: Financial Risk Management, Customer Trust, Customer Loyalty, Profit Stability.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi industri 4.0 perkembangan perbankan menghadapi tantangan eksistensial, terutama akibat persaingan ketat dari fintech dan e-wallet yang unggul dalam kemudahan. Ketika ekonomi global bergejolak dan ancaman resesi muncul, manajemen risiko keuangan menjadi krusial untuk menjaga stabilitas laba. Pada saat yang sama, kepercayaan pelanggan adalah kunci mempertahankan loyalitas di tengah banyaknya pilihan digital. Untuk tetap bersaing dan mempertahankan kepercayaan pelanggan, bank harus cepat beradaptasi dengan situasi ini. Oleh karena itu, bagi bank seperti BCA, hubungan sinergis antara manajemen risiko, kepercayaan, dan loyalitas nasabah kini menjadi faktor penentu stabilitas laba.

Sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, Bank BCA dikenal memiliki sistem manajemen risiko yang kuat dan basis pelanggan yang luas. Menurut Laporan Keuangan Tahunan BCA tahun 2023, perusahaan mencatat laba bersih sebesar Rp48,6 triliun, naik dari Rp40,7 triliun pada tahun 2022. Meskipun demikian, laju pertumbuhan laba tersebut menunjukkan tanda perlambatan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Perlambatan tersebut mengindikasikan bahwa BCA perlu terus meningkatkan efektivitas pengelolaan risiko keuangan dan menjaga kepercayaan pelanggan guna memastikan stabilitas laba tetap terpelihara secara berkelanjutan.

Tabel 1. Kuesioner Pra-Survei 2025

NO	Pernyataan	YES	NO
1.	Saya merasa perusahaan memiliki sistem pengendalian risiko keuangan yang baik untuk menjaga kestabilan laba.	40%	60%
2.	Prosedur pengelolaan risiko keuangan yang diterapkan perusahaan membantu mencegah fluktuasi besar dalam laba.	36,7%	63,3%
3.	Tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan dan pelayanan BCA meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi.	56,7%	43,3%
4.	Saya percaya BCA dapat menjaga stabilitas operasional sehingga saya tetap mempertahankan saldo dan transaksi.	46,7%	53,3%
5.	Saya bersedia tetap menjadi nasabah BCA dalam jangka panjang.	40%	60%
6.	Saya bersedia merekomendasikan BCA kepada orang lain.	43,3%	56,7%
8.	Saya menilai BCA memiliki stabilitas kinerja yang baik dari layanan operasional yang konsisten.	36,7%	63,3%
9.	Saya percaya bahwa kinerja BCA stabil sehingga mampu menjaga laba secara konsisten.	46,7%	53,3%

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden, diperoleh indikasi permasalahan terhadap manajemen risiko, tingkat kepercayaan, loyalitas, serta stabilitas kinerja Bank BCA. Hal ini ditunjukkan oleh dominannya jawaban “tidak” pada sebagian besar pernyataan, seperti 60% responden menilai pengendalian risiko belum optimal, 63,3% menyatakan pengelolaan risiko belum mampu mencegah fluktuasi laba. Selain itu, 53,3% responden menilai stabilitas operasional belum cukup kuat untuk mempertahankan loyalitas, dan 56,7% belum bersedia merekomendasikan BCA kepada orang lain. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan untuk menguji secara empiris pengaruh manajemen risiko keuangan dan kepercayaan pelanggan terhadap stabilitas laba dengan loyalitas pelanggan sebagai variabel mediasi.

Selanjutnya, hasil pra-survei tersebut dikaitkan dengan berbagai temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh manajemen risiko, kepercayaan, dan stabilitas laba. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa manajemen risiko dan stabilitas ($X_1 \rightarrow Y$) menurut penelitian (Adebayo & Abdulrauf, 2021) menekankan bahwa penerapan manajemen risiko yang efektif dapat meningkatkan kinerja keuangan dan menjaga kestabilan laba bank. Hal ini sejalan dengan penelitian (Agustuty et al., 2024), bahwa manajemen risiko berperan besar dalam menjaga kesehatan keuangan bank, penerapan strategi manajemen risiko yang efektif juga meningkatkan efisiensi dan kinerja keuangan bank. Menurut Maulana et al. (2024), manajemen risiko cenderung tidak memberikan dampak langsung pada kinerja keuangan bank. Selain itu penelitian (Hidayati dan Hwihanus, 2024) menyatakan bahwa kepercayaan tidak secara langsung terkait dengan kinerja keuangan.

Berbagai penelitian terkait hubungan antara kepercayaan pelanggan terhadap stabilitas laba ($X_2 \rightarrow Y$) juga menunjukkan hasil yang beragam. Temuan oleh (Madjid, 2024) membuktikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, yang kemudian berdampak pada peningkatan kinerja keuangan. Sejalan dengan penelitian (Dewantari, 2024) yang menyoroti peran penting kepercayaan dalam membangun loyalitas nasabah, sehingga berdampak langsung pada stabilitas laba. Namun, beberapa penelitian berbeda ditunjukkan oleh (Agustina Fajarini, 2020) serta (Ratu, 2023) menekankan bahwa kepercayaan lebih dahulu memengaruhi kepuasan pelanggan, sebelum akhirnya berdampak pada kinerja keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa stabilitas laba lebih banyak dipengaruhi oleh loyalitas yang terbentuk dari kepercayaan.

Mengingat adanya research gap tersebut, maka penulis mengambil loyalitas pelanggan (Z) sebagai mediasi untuk menjembatani inkonsistensi tersebut. Sejumlah penelitian mendukung peran mediasi Loyalitas pelanggan. Penelitian (Rahman et al., 2024) mengungkapkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil tersebut selaras dengan temuan (Sudirman et al., 2024) bahwa pengelolaan risiko berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian (Yusuf & Wahyuningih, 2024) menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan dengan itu, (Kurniasih et al., 2024) menegaskan bahwa kepercayaan berkontribusi positif terhadap loyalitas nasabah.

Selanjutnya, penelitian (Rashid et al., 2020) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan memberikan dampak positif terhadap stabilitas laba bank ($Z \rightarrow Y$), karena nasabah yang setia mampu menghasilkan pendapatan yang berkelanjutan dan stabil. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Aripin, 2024) yang menekankan bahwa loyalitas nasabah di sektor perbankan Indonesia berperan penting dalam mendukung stabilitas keuangan perusahaan. Dengan kata lain, loyalitas nasabah merupakan aset berharga yang menjembatani hubungan jangka panjang dengan bank dan memastikan tercapainya stabilitas laba secara berkesinambungan.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis kembali pengaruh manajemen risiko keuangan dan kepercayaan pelanggan terhadap stabilitas laba Bank BCA, baik secara langsung maupun melalui loyalitas pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan berbasis persepsi nasabah, sehingga penilaian mengenai manajemen risiko keuangan dan stabilitas laba didasarkan pada pengalaman dan pandangan nasabah terhadap kinerja Bank BCA, bukan pada data keuangan yang bersifat internal perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan, khususnya di sektor perbankan dan dapat menjadi pertimbangan strategis bagi manajemen BCA dalam merumuskan langkah pengelolaan risiko dan peningkatan loyalitas nasabah guna menjaga stabilitas laba secara berkelanjutan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang berlandaskan pendekatan kuantitatif pada umumnya menggunakan kuesioner sebagai alat untuk memperoleh data penelitian (Syahroni, 2022). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank BCA. Dalam penelitian ini, variabel Manajemen Risiko Keuangan (X_1) dan Stabilitas Laba (Y) diukur berdasarkan persepsi responden, bukan melalui data objektif perusahaan. Pendekatan berbasis persepsi dipilih untuk menangkap bagaimana nasabah menilai efektivitas pengelolaan risiko bank serta kestabilan kinerja laba, yang tercermin dari pengalaman layanan, konsistensi operasional, dan citra perusahaan.

Sementara itu, variabel Kepercayaan Pelanggan (X_2) dan Loyalitas Pelanggan (Z) juga diukur menggunakan skala Likert (1–5). Kedua variabel ini bersifat psikologis sehingga hanya dapat dinilai melalui penilaian subjektif nasabah. Dengan demikian, penggunaan skala persepsi dianggap tepat untuk menggambarkan tingkat kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan perbankan.

Populasi dan Sampel

Dalam suatu penelitian, populasi dan sampel menjadi dasar dalam pengambilan data. Populasi merupakan totalitas individu dengan karakteristik tertentu, sementara sampel adalah sejumlah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili kondisi populasi tersebut (Ajami et al., 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BCA yang berada di Kabupaten Bekasi. Karena jumlah nasabah BCA di Kabupaten Bekasi tidak dapat diperkirakan, Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus (Hair et al, 2010). Ukuran sampel ditentukan sebanyak 5–10 responden untuk setiap parameter yang diestimasi (Saputro & Jalar, 2023).

Dalam penelitian ini terdapat sebanyak 12 indikator, sehingga jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah $(12 \times 10) = 120$ responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan responden yang secara kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria sebagai nasabah Bank BCA.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis kuesioner, yaitu kuesioner pra-survei dan kuesioner penelitian utama. Kuesioner pra-survei dibuat dengan dua pilihan jawaban, yaitu “Ya” dan “Tidak”, Tujuannya untuk melihat apakah pertanyaan yang disusun sudah dipahami oleh responden dan layak digunakan dalam penelitian utama. Setelah dilakukan perbaikan berdasarkan hasil pra-survei, kuesioner penelitian utama disusun menggunakan Skala Likert 1-5. Skala ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Independen (X_1): Manajemen Risiko Keuangan

Variabel Independen (X_2): Kepercayaan Pelanggan

Variabel Mediasi (Z): Loyalitas Pelanggan

Variabel Dependen (Y): Stabilitas Laba

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Square 4.0 (PLS). Metode ini dipilih sebagai pendekatan analisis data karena cocok untuk menguji model struktural dengan variabel mediasi. PLS sangat fleksibel karena dapat menangani ukuran sampel yang terbatas. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengukur dampak langsung dan tidak langsung dari manajemen risiko keuangan, kepercayaan, dan loyalitas terhadap stabilitas laba Bank BCA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator benar-benar mewakili variabel yang diukur. Penilaian validitas dilihat melalui nilai Outer Loading dan AVE. Apabila Outer Loading memenuhi batas minimum pada penelitian eksploratori dan memenuhi kriteria maka indikator tersebut dapat dinyatakan valid.

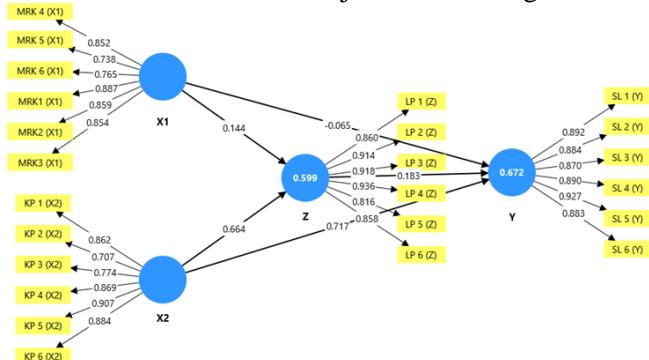
Tabel 2. Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	R Indikator	Autor Loading	Validity
Manajemen Risiko Keuangan (X1)	MRK 1 (X1)	0.887	Valid
	MRK 2 (X1)	0.859	Valid
	MRK 3 (X1)	0.854	Valid
	MRK 4 (X1)	0.852	Valid
	MRK 5 (X1)	0.738	Valid
	MRK 6 (X1)	0.765	Valid
Kepercayaan Pelanggan (X2)	KP 1 (X2)	0.862	Valid
	KP 2 (X2)	0.707	Valid
	KP 3 (X2)	0.774	Valid
	KP 4 (X2)	0.869	Valid
	KP 5 (X2)	0.907	Valid
	KP 6 (X2)	0.884	Valid
Stabilitas Laba (Y)	SL 1 (Y)	0.892	Valid
	SL 2 (Y)	0.884	Valid
	SL 3 (Y)	0.870	Valid
	SL 4 (Y)	0.890	Valid
	SL 5 (Y)	0.927	Valid
	SL 6 (Y)	0.883	Valid
Loyalitas Pelanggan (Z)	LP 1 (Z)	0.860	Valid
	LP 2 (Z)	0.914	Valid
	LP 3 (Z)	0.918	Valid
	LP 4 (Z)	0.936	Valid
	LP 5 (Z)	0.816	Valid
	LP 6 (Z)	0.858	Valid

Sumber : Pengolahan data dengan Smartpls 4.0, 2025

Hasil pengujian outer loading menunjukkan bahwa seluruh indikator persepsi yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel memiliki validitas yang baik dan memiliki nilai antara 0,707–0,936. Seluruh nilai sudah memenuhi batas minimum karena sesuai dengan kriteria penelitian eksploratori. Artinya, seluruh instrumen penelitian masih layak digunakan dalam pengujian model struktural, sehingga tidak ada item yang perlu dieliminasi dan semuanya dapat dipertahankan untuk analisis berikutnya.

Gambar 2. Hasil Uji Outer Loading



Uji Reabilitas

Berikutnya dilakukan uji reliabilitas untuk menilai sejauh mana setiap variabel memiliki konsistensi internal. Pengujian ini menggunakan indikator Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan rho_A. Apabila ketiga nilai tersebut berada di atas 0,7, maka instrumen dapat dinyatakan reliabel atau memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel terkait

Tabel 3. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keandalan komposit (rho a)	Keandalan komposit (rho c)	Rata-rata varians diekstraksi (AVE)
X1	0.907	0.913	0.928	0.685
X2	0.913	0.923	0.933	0.700
Y	0.948	0.950	0.959	0.794
Z	0.944	0.945	0.956	0.783

Sumber : Pengolahan data dengan Smartpls 4.0, 2025

Uji reliabilitas pada Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Hal ini terlihat dari nilai Cronbach's Alpha yang berada di atas 0,90, menandakan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruknya secara konsisten. Temuan ini diperkuat dengan nilai Composite Reliability dan rho_A yang juga melampaui angka 0,90, sehingga instrumen penelitian dapat dipastikan reliabel. Selain itu, nilai AVE untuk semua variabel berada di atas batas minimal 0,50, yang berarti variabel X1, X2, Y, dan Z mampu menjelaskan varians indikatornya dengan baik. Dengan demikian, seluruh indikator terbukti memiliki reliabilitas dan validitas konvergen yang memadai, sehingga layak dipertahankan untuk analisis lanjutan.

Analisa Inner Model

Dalam analisis inner model, nilai R-Square (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik kemampuan model dalam menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti.

Tabel 4. R-square

Variabel	R-square	Adjusted R-square
Stabilitas Laba	0.672	0.664
Loyalitas Pelanggan	0.599	0.592

Sumber : Pengolahan data dengan Smartpls 4.0, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan melalui SmartPLS, variabel Stabilitas Laba memiliki nilai R-Square sebesar 0,672. Ini menunjukkan bahwa 67,2% variasi pada stabilitas laba dapat dijelaskan oleh Manajemen Risiko Keuangan (X1), Kepercayaan Pelanggan (X2), dan Loyalitas Pelanggan (Z), sementara 32,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Mengacu pada kategori Hair et al. (2019), nilai R^2 sebesar 0,67 dikategorikan kuat, sehingga kemampuan prediktif model terhadap variabel stabilitas laba dapat dinilai baik.

Adapun variabel Loyalitas Pelanggan memperoleh nilai R-Square sebesar 0,599. Hal ini mengindikasikan bahwa 59,9% perubahan loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel Manajemen Risiko Keuangan (X1) dan Kepercayaan Pelanggan (X2), sedangkan 40,1% lainnya berasal dari faktor eksternal yang tidak diteliti. Berdasarkan pedoman interpretasi R-Square, nilai 0,59 termasuk dalam kategori sedang (moderate), menandakan bahwa model memiliki daya jelaskan yang cukup kuat untuk variabel loyalitas.

Secara keseluruhan, kedua nilai R-Square tersebut mengindikasikan bahwa model struktural dalam penelitian ini memiliki kemampuan prediksi yang baik hingga kuat, khususnya pada variabel stabilitas laba sebagai variabel utama penelitian.

Analisa Hipotesis

Tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel dalam model struktural. Penilaian dilakukan berdasarkan nilai T-statistic dan P-value. Apabila P-value berada di bawah 0,05, maka pengaruh tersebut dianggap signifikan.

Tabel 5. Uji Hipotesis

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
X1 -> Y	-0.065	-0.063	0.075	0.875	0.191
X1 -> Z	0.144	0.143	0.086	1.675	0.047
X2 -> Y	0.717	0.716	0.089	8.080	0.000
X2 -> Z	0.664	0.659	0.079	8.425	0.000
Z -> Y	0.183	0.177	0.076	2.395	0.008

Sumber : Pengolahan data dengan Smartpls 4.0, 2025

Pengaruh Manajemen Risiko Keuangan terhadap Stabilitas Laba (X1 → Y)

Hasil analisis menunjukkan bahwa manajemen risiko keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap stabilitas laba, ditunjukkan oleh nilai T-statistic 0,875 dan nilai p sebesar 0,191 yang berada di atas nilai signifikansi ($> 0,05$) dan. Koefisien jalur sebesar -0,065 mengindikasikan hubungan negatif, namun tidak terbukti signifikan secara statistik.

Temuan ini menandakan bahwa penilaian nasabah terhadap upaya manajemen risiko Bank BCA tidak cukup kuat untuk memengaruhi persepsi mereka mengenai keberlanjutan laba perusahaan. Kondisi ini dapat dipahami karena aktivitas manajemen risiko bersifat internal dan tidak terlihat secara langsung oleh nasabah. Oleh karena itu, faktor lain seperti kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, serta kepuasan nasabah kemungkinan memiliki kontribusi yang lebih besar dalam membentuk persepsi mereka terhadap stabilitas laba.

Pengaruh manajemen Risiko Terhadap Loyalitas Pelanggan (X1 → Z)

Hasil analisis menunjukkan bahwa manajemen risiko keuangan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ditunjukkan oleh nilai p sebesar 0,047 ($< 0,05$) dan T-statistic 1,675. Koefisien jalur sebesar 0,144 mengindikasikan adanya hubungan positif, yang berarti semakin baik pengelolaan risiko keuangan yang dirasakan nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas mereka.

Temuan ini menggambarkan bahwa faktor-faktor seperti keamanan transaksi,

minimnya gangguan layanan, serta stabilitas sistem perbankan mampu menciptakan rasa aman bagi nasabah. Ketika nasabah merasa terlindungi dan percaya bahwa bank memiliki kemampuan mengelola risiko dengan baik, mereka lebih terdorong untuk menjalin hubungan jangka panjang, terus menggunakan produk dan layanan bank, serta tidak mudah beralih ke institusi lain. Hasil ini juga menguatkan pandangan bahwa persepsi terhadap keamanan dan pengelolaan risiko merupakan elemen penting dalam membangun loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Stabilitas Laba (X2 → Y)

Kepercayaan pelanggan terbukti memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap stabilitas laba, ditunjukkan oleh nilai p sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan T-statistic 8,080. Koefisien jalur sebesar 0,717 menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara kepercayaan dan stabilitas laba.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan dan keamanan sistem perbankan, semakin besar kontribusinya terhadap kestabilan laba perusahaan. Kepercayaan yang kuat mendorong nasabah untuk terus menggunakan layanan, meningkatkan retensi, serta mengurangi risiko perpindahan ke bank lain. Oleh karena itu, Bank BCA mampu menjaga laba yang stabil melalui upaya berkelanjutan dalam membangun dan memelihara kepercayaan nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (X2 → Z)

Pengujian hipotesis membuktikan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh sangat signifikan terhadap loyalitas, dengan nilai p 0,000 ($< 0,05$) dan T-statistic 8,425. Koefisien jalur sebesar 0,664 menunjukkan bahwa pengaruhnya sangat kuat dan positif. Temuan ini menunjukkan bahwa nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap bank cenderung menjadi lebih loyal. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, semakin stabil pula laba yang dapat dipertahankan oleh bank.

Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Stabilitas Laba (Z → Y)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap stabilitas laba, dengan nilai p sebesar 0,008 ($< 0,05$) dan T-statistic 2,395. Koefisien jalur sebesar 0,183 mengindikasikan adanya hubungan positif, meskipun kekuatannya tergolong moderat.

Temuan ini mengartikan bahwa semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah terhadap Bank BCA, semakin stabil pula pendapatan dan laba yang diperoleh perusahaan. Nasabah yang loyal cenderung terus menggunakan layanan secara berulang, lebih aktif dalam melakukan transaksi, serta memiliki kecenderungan lebih rendah untuk berpindah ke bank lain. Dengan demikian, loyalitas pelanggan berperan sebagai faktor penting dalam menjaga kestabilan laba jangka panjang.

Peran Mediasi Loyalitas (Z) pada Pengaruh Manajemen Risiko Keuangan (X1) dan kepercayaan pelanggan (X2) terhadap Stabilitas Laba (Y)

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara manajemen risiko keuangan maupun kepercayaan pelanggan terhadap stabilitas laba. Hal ini terlihat dari signifikansi jalur $X1 \rightarrow Z$ ($p = 0,047$), $X2 \rightarrow Z$ ($p = 0,000$), serta $Z \rightarrow Y$ ($p = 0,008$), yang menunjukkan bahwa loyalitas memiliki kontribusi penting dalam meneruskan pengaruh kedua variabel tersebut.

Dengan demikian, meskipun manajemen risiko keuangan tidak berpengaruh langsung terhadap stabilitas laba, pengaruhnya muncul secara tidak langsung melalui peningkatan loyalitas pelanggan. Sementara itu, kepercayaan pelanggan tidak hanya memberikan pengaruh langsung terhadap stabilitas laba, tetapi juga memperkuat hubungan tersebut melalui loyalitas yang semakin meningkat. Temuan ini menegaskan bahwa loyalitas menjadi mekanisme utama yang menghubungkan kualitas pengelolaan risiko dan tingkat kepercayaan dengan stabilitas laba perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis dengan SmartPLS, dapat diambil kesimpulan bahwa Manajemen risiko keuangan terbukti tidak berpengaruh langsung terhadap stabilitas laba Bank BCA. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan risiko yang dilakukan belum mampu memberikan dampak langsung terhadap kestabilan laba berdasarkan persepsi nasabah.

Namun, pada variabel Kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap stabilitas laba. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan nasabah merupakan aset strategis yang berkontribusi langsung terhadap kestabilan pendapatan. Ketika nasabah merasa aman dan percaya pada layanan bank, loyalitas transaksi meningkat, sehingga laba perusahaan lebih terjaga.

Selain itu, Loyalitas pelanggan juga terbukti memediasi pengaruh manajemen risiko keuangan dan kepercayaan pelanggan terhadap stabilitas laba. Hubungan signifikan antara manajemen risiko keuangan terhadap loyalitas, kepercayaan terhadap loyalitas, serta loyalitas terhadap stabilitas laba menunjukkan bahwa loyalitas menjadi mekanisme penting yang memperkuat pengaruh kedua variabel independen. Artinya, efektivitas manajemen risiko dan tingginya kepercayaan nasabah mendorong terciptanya loyalitas, yang pada akhirnya menjaga kestabilan laba Bank BCA.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa stabilitas laba Bank BCA tidak hanya ditentukan oleh faktor internal perusahaan, tetapi juga oleh faktor psikologis pelanggan seperti kepercayaan dan loyalitas. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pengelolaan risiko, membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah, serta memperkuat loyalitas pelanggan sebagai fondasi keberlanjutan kinerja keuangan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian mendatang disarankan menggunakan data objektif seperti rasio keuangan untuk mengukur stabilitas laba dan manajemen risiko agar hasil penelitian lebih komprehensif..
2. Mengingat kepercayaan dan loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap stabilitas laba, BCA perlu terus meningkatkan kualitas layanan, keamanan transaksi, dan penanganan keluhan nasabah.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengombinasikan data berbasis persepsi dengan data keuangan riil agar hasil penelitian menjadi lebih objektif.
4. Peneliti berikutnya diharapkan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi stabilitas laba, seperti kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kondisi ekonomi.
5. Penelitian berikutnya juga diharapkan memperluas area penelitian ke beberapa kota atau provinsi agar hasilnya lebih general.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. A., T Mawuntu, P. S., Heatubun, S., kunci, K., Pelanggan, N., Pelanggan, L., & Usaha, K. (2025). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keberlanjutan Usaha pada UMKM House of Kitty Tomohon The Influence of Customer Value and Customer Loyalty on Business Sustainability at UMKM House of Kitty Tomohon. 6(1). <https://doi.org/10.36312/ej.v6i1.2562>

- Adebayo, L., & Abdulrauf, O. (2021). MALETE JOURNAL OF ACCOUNTING AND FINANCE

RISK MANAGEMENT AND BANK PROFITABILITY: EVIDENCE FROM NIGERIAN DEPOSIT MONEY BANKS. 2(2).

- Agustina Fajarini, L. M. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS KLINIK KECANTIKAN BEAUTY INC). JCA Ekonomi, 486–489.
- Ajami, N., Ki, J., Dewantara, H., Kampus, A., Timur, M., & Metro, K. (2021). POPULASI DAN SAMPEL.
- Andreansah. (2025). Kepuasan Dan Kepercayaan: Fondasi Loyalitas Nasabah. Indonesia Economic Journal, 1(2), 1367–1382. <https://doi.org/10.63822/ne0gtm62>
- Aripin, Z. (2024). Determinants of Customer Loyalty in the Banking Sector: A Literature Study. In Journal of Information Systems Engineering and Management (Vol. 2025, Issue 56s). <https://www.jisem-journal.com/>
- Astriani, I. (2024). Satisfaction, trust, and risk perception as antecedents of customer loyalty. Journal of Management and Business Insight, 1(2), 162–171. <https://doi.org/10.12928/jombi.v1i2.766>
- Ayu Wandhini, M. K. (n.d.). JN+Vol+10+No+2+Tahun+2024,+h.199-109,+Ayu+Wandhini.
- Caniago, A. (2022). ANALISIS KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. JURNAL LENTERA BISNIS, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- de Andrés-Sánchez, J., Musiello-Neto, F., Rua, O. L., & Arias-Oliva, M. (2022). Configurational Analysis of Inbound and Outbound Innovation Impact on Competitive Advantage in the SMEs of the Portuguese Hospitality Sector. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc8040205>
- Dewan, K., Pusat, P., & Ekonomi, I. A. (2021). Bunga Rampai 30 Tahun Ekonomi Syariah Indonesia Islam Indonesia (IAEI) dengan Dewan Pimpinan Wilayah DKI Jakarta dan PT Sarana Multigriya Finansial (Persero). www.iaeipusat.org
- Dr. Hj. Mu'ah, S. E. M. M. D. H. M. S. E. M. M. M. P. (2021). LOYALITAS PELANGGAN Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan. Zifatama Jawara. <https://books.google.co.id/books?id=tK0TEAAAQBAJ>
- Dr. Martua Eliakim Tambunan, SE. , Ak. , M. S. C. C. (2024). Manajemen Risiko Keuangan: Mitigasi Risiko Dalam Investasi Dan Perbankan (S. Pd. , S. H. , M. M. , M. H. Editor: Prof. Dr. Bahtiyar Efendi, Ed.). K-Media.
- Dr. Nagian Toni, S. S. M. M. C. C., Enda Noviyanti Simorangkir, S. E. M. S., & Hebert Kosasih, S. E. M. A. (2021). Praktik Perataan Laba (Income Smoothing) Perusahaan : Strategi Peningkatan Profitabilitas, Financial Leverage, Dan Kebijakan Dividen Bagi Perusahaan. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=REZIEAAAQBAJ>
- Faisal, S. Z. A., Faisal, S. F. R., Dani, A. R., & Tahir, K. (2025). MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN. Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, 10(2), 1857–1868.
- Fakhrana, Z. (2020). Peran Kualitas Layanan dan Kepercayaan Dalam Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Keberlanjutan : Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi, 5(2), 157. <https://doi.org/10.32493/keberlanjutan.v5i2.y2020.p157-171>
- Falaila, L. A. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem & Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking BCA (BCA Mobile). Indonesian Journal of Economics, 1(10).
- Febrijanti, N. (2023). ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN LABA DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP KUALITAS LABA PADA PERUSAHAAN INDEKS LQ45 DI BURSA EFEK INDONESIA.
- Febriyanti, A., & Kusumawati, E. (2025). Pengaruh Akuntansi Konservatif, Leverage, Growth Opportunity, Firm Size, dan Persistensi Laba Terhadap Earnings Response Coefficient. Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi, 8(2), 1205–1218. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i2.1289>
- Fiorentina Dewantari, N. L. W. S. T. N. M. A. W. (2024). PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BRI DI KABUPATEN BULELENG. JURNAL ILMIAH

MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI U.

- Frety, N., Salim, M., Hadi, E. D., & Anggarawati, S. (2024). ANALISIS CUSTOMER LOYALTY PADA SEKTOR PERBANKAN DI INDONESIA DITINJAU DARI BEBERAPA VARIABEL. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 12(2), 122–135. <https://doi.org/10.26418/ejme.v12i2.71979>
- Hair, J. F., & Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=JlRaAAAAAYAAJ>
- Hanafi, & Mamduh M. (2016). *Manajemen risiko* (3rd ed.). UPP STIM YKPN.
- Haron, R., Abdul Subar, N., & Ibrahim, K. (2020). Service quality of Islamic banks: satisfaction, loyalty and the mediating role of trust. *Islamic Economic Studies*, 28(1), 3–23. <https://doi.org/10.1108/ies-12-2019-0041>
- Hidayat, R., Defit, S., & Wardana, M. A. (2025). *MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN: PERSPEKTIF MANAJEMEN PEMASARAN*. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=HGyMEQAAQBAJ>
- Hutubessy, E. O., Melmambessy, S., Gomies, J., Administrasi, J., Politeknik, N., Ambon, N., & Alamat,). (n.d.). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Harapan BCA Cabang Ambon.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). *THEORY OF THE FIRM: MANAGERIAL BEHAVIOR, AGENCY COSTS AND OWNERSHIP STRUCTURE*. In *Journal of Financial Economics* (Vol. 3). Q North-Holland Publishing Company.
- Kasmir. (2019). *Analisis laporan keuangan*. RajaGrafindo Persada .
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Kurniasih Kurniasih, Esti Dwi Rahmawati, & Khabib Alia Akhmad. (2024a). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(4), 55–67. <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i4.300>
- Kurniasih Kurniasih, Esti Dwi Rahmawati, & Khabib Alia Akhmad. (2024b). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(4), 55–67. <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i4.300>
- lasty agustuty, , Riza praditha, Hariyanti. (2024). *PENGARUH MANAJEMEN RISIKO TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA INDUSTRI PERBANKAN DI INDONESIA*. *Jurnal Online Manajemen ELPEI (JOMEL)*, Volume 4 No.1. <http://jurnal.stim-lpi.ac.id/index.php/elpei>
- Madjid, R. (2024). Customer Trust as Relationship Mediation Between Customer Satisfaction and Loyalty At Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi. www.theijes.com
- Maulana Yusuf, A., & Wahyuningsih, A. (2024). Kepercayaan, Komitmen, Kedekatan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dalam Hubungan Perbankan Syariah: Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI). *Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 6(1), 28–34. <https://doi.org/10.32493/fb.v6i1.2024.28-34.36293>
- Maulana, A., Dwita, M., Fitriyani, M., Sunaryo, D., & Adiyanto, Y. (2024). Risk Management As A Determinant Of Indonesian Banking Financial Performance: A Systematic Literature Approach. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 2523–2537. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i5.2120>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & David Schoorman, F. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust (Vol. 20, Issue 3). <https://www.jstor.org/stable/258792?seq=1&cid=pdf-link>
- Meyca, L., & Amrullah, S. (2020). *PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN TINGKAT INFLASI TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA PERUSAHAAN Dini Widyawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)* Surabaya.
- Muhammad Muflilha, R. P. H. A. M. (2022). *INTERNATIONAL JOURNAL OF APPLIED BUSINESS RESEARCH*.
- Nanda Qorya Devi Juvita Saputri, N. S. K. A. N. (2024). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BCA KANTOR CABANG SIDOARJO*.
- Nathadiharja, S., Sumual, L. P., Kadang, J., Rasjid, H., de Fretes, A. V. C., Parju, P., Yulianti, N. L.

- P. N., Ningtyas, M. N., Soukotta, A., & Munawarah, M. (2024). Pengantar Manajemen Keuangan Perusahaan. CV. Gita Lentera. <https://books.google.co.id/books?id=GskZEQAAQBAJ>
- Nufaisa Pamikatsih, A. H. (2024). PROGRAM RETENSI PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, Volume 6, Nomor 6.
- Nugraheni, S., & Rimadias, S. (2023). Customer Trust sebagai Penentu Utama Loyalitas pada Bank Garansi di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. <https://aec.ekon.go.id/>
- Ramadhani Putri Sasongko, A., & Ariany Mahastanti, L. (2023). Peran Manajemen Risiko dan Inovasi dalam Memoderasi Pengaruh Fee Based Income terhadap Perubahan Laba Bank BUMN. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 14(3), 255–267. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i3.47359>
- Rashid, M. H. U., Nurunnabi, M., Rahman, M., & Masud, M. A. K. (2020a). Exploring the relationship between customer loyalty and financial performance of banks: Customer open innovation perspective. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–19. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040108>
- Rashid, M. H. U., Nurunnabi, M., Rahman, M., & Masud, M. A. K. (2020b). Exploring the relationship between customer loyalty and financial performance of banks: Customer open innovation perspective. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–19. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040108>
- Ratu, N. (2023). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Nasabah Bank BCA di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 12(3). <http://ejournals.s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Rizky, R., Nugroho, D., Anomsari, A., Ayu, R., Rizkia, A., Sari, P., Farida, I., Program,), Manajemen, S., & Nuswantoro, U. D. (n.d.). Customer Satisfaction Sebagai Variabel Moderasi Hubungan Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Parfum Saff & Co Di Tiktok Shop.
- Ruhshona, S. (2025). FINANCIAL STABILITY AND PROFITABILITY IN BANKING: A QUANTITATIVE ANALYSIS OF KEY RATIOS AND RESULTS.
- Saputra Rahman, B., Prabawani, B., & Susanta Nugraha, H. (2024a). ANALYSIS OF THE EFFECT OF PERCEIVED RISK, SERVICE QUALITY AND CUSTOMER TRUST TOWARD CUSTOMER LOYALTY AFTER A CYBER ATTACK (STUDY IN BANK SHARIA INDONESIA). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 13, Issue 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Saputra Rahman, B., Prabawani, B., & Susanta Nugraha, H. (2024b). ANALYSIS OF THE EFFECT OF PERCEIVED RISK, SERVICE QUALITY AND CUSTOMER TRUST TOWARD CUSTOMER LOYALTY AFTER A CYBER ATTACK (STUDY IN BANK SHARIA INDONESIA). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 13, Issue 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Saputro, F., & Jalari, M. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan roti bakar. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 266–285.
- Setyaningrum, R. P. (2021a). Enhancing customer loyalty through product innovation and perceived value. *Linguistics and Culture Review*, 5(S3), 1337–1355. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5ns3.1816>
- Setyaningrum, R. P. (2021b). Enhancing customer loyalty through product innovation and perceived value: A study on customers batik in Bekasi District, West Java, Indonesia. *Linguistics and Culture Review*, 5(S3), 1337–1355.
- Siladjaja, M., & Purnama, N. (2025). Kualitas Laba Dan Manajemen Pajak: Sebuah Tinjauan Terhadap Kebijakan Dividen. MEGA PRESS NUSANTARA. <https://books.google.co.id/books?id=h4RbEQAAQBAJ>
- Siregar, M. (2021). Hubungan Antara Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Terhadap

- Online Shop. JURNAL PENELITIAN PENDIDIKAN, PSIKOLOGI DAN KESEHATAN (J-P3K), 2(1), 83–88. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v2i1.97>
- Siti Nurul Hidayati, & Hwihanus Hwihanus. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Manajemen Risiko, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 3(1), 252–268. <https://doi.org/10.55606/jumia.v3i1.3576>
- Stephanie Chrystella Sofian, S. E. H. (2024). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN, PENGALAMAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA NASABAH BANK DIGITAL DI JAKARTA. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRASAHAAN*, Vol. 9/ No. 1.
- Sudirman, M. S., Imran, M., & Prayoga, D. (2024). Pengaruh Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile Banking. 20(1), 71–79.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56.
- Tjiptono, F. (2008). Service Management: Mewujudkan Layanan Prima.
- Wico J Tarigan, S. E. M. S., Novi Puji Lestari, S. E. M. M., Sutrisno, S. P. M. P., Evrina, S. E. I. M. E., Sudewi, P. S., Prof. Dr. Jannati T., S. E. M. S., Jumianis Yanti, S. E. M. M., Baren Sipayung, S. H. M. A. P. C. L. A. C., Ikhyanuddin, S. S. S. A. M. A., & Dr. Lisda Van Gobel, M. P. A. (2023). MANAJEMEN KEUANGAN. Cendikia Mulia Mandiri. <https://books.google.co.id/books?id=rOfXEAQAAQBAJ>
- Wijaya, Z. A. (2020). The Influence of Service Quality, Satisfaction, and Trust Towards Customer Loyalty of Bank Nagari Air Haji Subsidiary Branch.
- William R. Scott. (2015). Financial Accounting Theory, 7/E. Pearson Education.
- Yane Puspito Sari, S. E. M. S., Suharyat, Y., M. A. Graciafernandy, S. T. S. M. M. T. M. M., Dr. Endang Sungkawati, M. S., Dr. Suwitho, M. S., Elida Zia’ul Huda, S. E. M. M., Dr. Luhgiantno, S. E. M. M. M. S., Dr. Agus Nursalim, M. T., Dr. Ir. Mei Indrawati, M. M., & Dr. Budi Istiyanto, S. E. M. M. M. H. (2024). Loyalitas Pelanggan. CV Eureka Media Aksara. <https://books.google.co.id/books?id=th-QEQAAQBAJ>
- Yanti, B. C. D., & Setiyanto, A. I. (2021). Analisis pengaruh manajemen risiko terhadap kinerja keuangan perbankan yang terdaftar di BEI. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 5(2), 95–104.
- Yucha, N., Arif, D., Sevana, B. C., & Wardana, M. A. (2024). PERILAKU KONSUMEN TERKAIT LOYALITAS PELANGGAN. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=nf0QEQAQBAJ>.