

ABSTRAK

Tantangan dunia bisnis semakin lama semakin berat, dan rumit karena dinamika yang terjadi di pasar saat ini, kebutuhan dan selera konsumen semakin lama semakin meningkat dan berubah dari waktu ke waktu dan kepuasan pelanggan hampir selalu diidentikkan dengan kualitas produk/ jasa, harga, dan layanan. Masalah utama yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. Memberikan pelayanan yang berkualitas dianggap sebagai strategi penting untuk keberhasilan dan untuk bertahan dalam lingkungan yang kompetitif saat ini. Terlebih terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan yang merupakan sektor jasa yang sangat kompetitif perlu meningkatkan strategi *customer relationship management* untuk dapat terus bertahan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa peranan *customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah perusahaan perbankan OCBC NISP di Bandung. Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif - *causal explanatory*. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menyebarkan kuisioner dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu metode *purposive sampling*. Analisis kuantitatif dilakukan dengan metode regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer relationship management* dalam perbankan memiliki pengaruh langsung positif terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil perhitungan regresi sederhana diperoleh persamaan $Y = 1.787 + 0.163X$. Dari persamaan regresi sederhana maka dapat disimpulkan bahwa variabel *customer relationship management* memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank OCBC cabang Universitas Kristen Maranatha, sebesar 10.5%. Dengan kata lain *customer relationship management* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank OCBC NISP sebesar 10.5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sebesar 89.5%. Faktor-faktor lain yang berpengaruh dibandingkan dengan *Customer relationship Management* adalah banyaknya pilihan jasa dan produk, masalah keuangan dan ketersediaan informasi.

Kata kunci: *customer relationship management*, jasa, loyalitas nasabah, perbankan.

ABSTRACT

Challenges of the business world becomes increasingly heavy, and cumbersome because of the dynamics that occur in today's market, the needs and tastes of consumers are increasingly increased and changed from time to time and customer satisfaction is almost always identified with the quality of the product / service, price, and service. The main problem facing companies today is how these companies attract customers and maintain it so that the company can survive and thrive. Providing quality service is considered as an important strategy for success and to survive in today's competitive environment. Moreover, the company is engaged in banking is a highly competitive service sector needs to improve customer relationship management strategy in order to survive.

This study aims to identify and analyze the role of customer relationship management on customer loyalty OCBC NISP banking firm in Bandung. Type of research is the type of quantitative research - causal explanatory. The samples in this study were taken by spreading the questionnaires by using non-probability sampling method, the method of purposive sampling. Quantitative analysis was conducted by simple regression.

The results showed that the customer relationship management in the banking system has a direct positive impact on customer loyalty. Based on the calculation of a simple regression equation obtained $Y = 1787 + 0.163 X$. From the simple regression equation it can be concluded that the variable customer relationship management has an influence on customer loyalty OCBC Bank branch Maranatha Christian University, at 10.5%. In other words, customer relationship management influence on customer loyalty OCBC NISP Bank and the remaining 10.5% is influenced by other factors of 89.5%. Other factors that influence compared to the Customer Relationship Management is a rich assortment of services and products, financial problems and the availability of information.

Keywords: customer relationship management, service, customer loyalty, banking.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Penelitian	8

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1	Kajian Pustaka	10
2.1.1	Jasa.....	10
2.1.2	<i>Customer Relationship management</i>	13
2.1.3	Loyalitas nasabah.....	22
2.2	Referensi Literatur	27
2.3	Model Penelitian	32
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	32
BAB III	METODE PENELITIAN	33
3.1	Jenis Penelitian.	33
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi	33
3.2.2	Sampel	34
3.3	Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel.....	35
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6	Uji Pendahuluan.....	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	42
3.6.3	Uji Regresi Linier Sederhana.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Karakteristik Responden.....	46
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	46
4.1.2 Usia Responden	47
4.1.3 Pendapatan/ Bulan Responden	48
4.2 Persepsi Responden Penelitian Pada <i>Customer Relationship Management</i>	49
4.2.1. Respon Responden Tentang Informasi yang Diberikan Bank OCBC NISP melalui Media Elektronik Mudah Diperoleh Nasabah	49
4.2.2 Respon Responden Tentang Penggunaan Sistem Aplikasi <i>Database</i> Nasabah yang Diterapkan oleh Bank OCBC NISP Sudah Baik.....	50
4.2.3 Respon Responden Tentang Bank OCBC NISP Memberikan Kemudahan Dalam Bertransaksi	51
4.2.4 Respon Responden Tentang Bank OCBC NISP Cukup Baik Dalam Menangani Keluhan Nasabah Selama Proses Bertransaksi	52
4.2.5 Respon Responden Tentang Bank OCBC NISP Menyediakan Fasilitas dan Layanan <i>Customer Service</i> yang Tepat.....	53
4.2.6 Respon Responden Tentang Profesionalisme dan Komitmen yang Dimiliki Karyawan Dalam Menangani serta Melayani Keluhan Nasabah Bank OCBC NISP Sudah Baik	54
4.2.7 Respon Responden Tentang Pelayanan Personal Karyawan untuk Setiap Transaksi Perbankan Dalam Melayani Nasabah Karyawan Bank OCBC NISP Sudah Baik	55

4.2.8	Respon Responden Tentang Kemampuan yang Dimiliki Bank OCBC NISP Dalam Menjaga Hubungan dan Membina Hubungan yang Berkelanjutan Dengan Nasabah Sudah Baik	56
4.2.9	Respon Responden Tentang Karyawan Bank OCBC NISP Mampu Menjawab dan Memberikan Layanan Perbankan yang Tepat Kepada Setiap Nasabah.....	57
4.2.10	Respon Responden Tentang Pengetahuan Mengenai <i>Database</i> Nasabah yang Dimiliki Bank OCBC NISP Sudah Baik.....	58
4.2.11	Respon Responden Tentang Bank OCBC NISP Melibatkan Nasabahnya Dalam Menggunakan Fasilitas Perbankan Selama Kegiatan Bertransaksi dan Layanan Berlangsung	59
4.3	Persepsi Responden pada Loyalitas Nasabah	60
4.3.1	Respon Responden Tentang Nasabah Cenderung akan Menggunakan Lebih Banyak Jasa Bank OCBC NISP Dalam Beberapa Tahun Kemudian	60
4.3.2.	Respon Responden Tentang Nasabah akan Merekomendasikan Bank OCBC NISP Kepada Kerabat dan Saudara untuk Menggunakan Jasa BankOCBC NISP sebagai Layanan Perbankan yang Tepat	61
4.3.3	Respon Responden Tentang Nasabah Menganggap Bahwa Bank OCBC NISP Sebagai Pilihan Pertama yang Tepat Untuk Nasabah	62
4.4	Hasil Pengujian Validitas, Reliabilitas dan Asumsi Klasik	63
4.4.1	Uji Validitas	63

4.4.2. Uji Reliabilitas	65
4.4.2.1 <i>Customer Relationship Management</i>	65
4.4.2.2 Loyalitas Nasabah	66
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	67
4.4.3.1 Uji Normalitas	67
4.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	68
4.5. Analisis Regresi Sederhana	69
4.6 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Konsep Kepuasan Pelanggan23
Gambar 2	Model Penelitian <i>Customer Relationship Management - Customer Loyalty</i>32

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	<i>Bank Service Excellence Monitor</i> 2011-2012 5
Tabel II	Tipe dan Program CRM.....16
Tabel III	Referensi literatur 27
Tabel IV	Definisi Operasional Variabel..... 31
Tabel V	Jenis Kelamin Responden..... 46
Tabel VI	Usia Responden 47
Tabel VII	Pendapatan/ Bulan Responden..... 48
Tabel VIII	Respon Responden Tentang Informasi yang Diberikan Bank OCBC NISP melalui Media Elektronik Mudah Diperoleh Nasabah 49
Tabel IX	Respon Responden Tentang Penggunaan Sistem Aplikasi <i>Database</i> Nasabah yang Diterapkan oleh Bank OCBC NISP Sudah Baik 50
Tabel X	Respon Responden Tentang Bank OCBC NISP Memberikan Kemudahan Dalam Bertransaksi..... 51
Tabel XI	Respon Responden Tentang Bank OCBC NISP Cukup Baik Dalam Menangani Keluhan Nasabah Selama Proses Bertransaksi 52
Tabel XII	Respon Responden Tentang Bank OCBC NISP Menyediakan Fasilitas dan Layanan <i>Customer Service</i> yang Tepat..... 53
Tabel XIII	Respon Responden Tentang Profesionalisme dan Komitmen yang Dimiliki Karyawan Dalam Menangani serta Melayani Keluhan Nasabah Bank OCBC NISP Sudah Baik..... 54

Tabel XIV	Respon Responden Tentang Pelayanan Personal Karyawan untuk Setiap Transaksi Perbankan Dalam Melayani Nasabah Karyawan Bank OCBC NISP Sudah Baik	55
Tabel XV	Respon Responden Tentang Kemampuan yang Dimiliki Bank OCBC NISP Dalam Menjaga Hubungan dan Membina Hubungan yang Berkelanjutan Dengan Nasabah Sudah Baik	56
Tabel XVI	Respon Responden Tentang Karyawan Bank OCBC NISP Mampu Menjawab dan Memberikan Layanan Perbankan yang Tepat Kepada Setiap Nasabah	57
Tabel XVII	Respon Responden Tentang Pengetahuan Mengenai <i>Database</i> Nasabah yang Dimiliki Bank OCBC NISP Sudah Baik	58
Tabel XVIII	Respon Responden Tentang Bank OCBC NISP Melibatkan Nasabahnya Dalam Menggunakan Fasilitas Perbankan Selama Kegiatan Bertransaksi dan Layanan Berlangsung	59
Tabel XIX	Respon Responden Tentang Nasabah Cenderung akan Menggunakan Lebih Banyak Jasa Bank OCBC NISP Dalam Beberapa Tahun Kemudian	60
Tabel XX	Respon Responden Tentang Nasabah akan Merekomendasikan BankOCBC NISP Kepada Kerabat dan Saudara untuk Menggunakan Jasa Bank OCBC NISP sebagai Layanan Perbankan yang Tepat	61
Tabel XXI	Respon Responden Tentang Nasabah Menganggap Bahwa Bank OCBC NISP Sebagai Pilihan Pertama yang Tepat Untuk Nasabah	62
Tabel XXII	Uji Validitas Awal.....	63
Tabel XXIII	Uji Validitas Akhir	64
Tabel XXIV	Uji Reliabilitas(<i>Customer Relationship Management</i>)	65

Tabel XXV	Uji Reliabilitas (Loyalitas)	66
Tabel XXVI	Uji Normalitas	67
Tabel XXVII	Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel XXVIII	Analisis Regresi Sederhana	69
Tabel XXIX	<i>Model Summary CRM-LOY</i>	70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuisioner Penelitian
- Lampiran B Hasil Kuisioner Penelitian
- Lampiran C Hasil Uji Validitas & Reliabilitas
- Lampiran D Asumsi Klasik
- Lampiran E Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian