

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine and analyze the impact of service quality which consists of tangible, realibility, responsiveness, assurance, and empathy on customer loyalty (the study: PT. OCBC NISP TBK branch Maranatha Christian University). The research used causal explanatory. Customer's population used the PT. OCBC NISP TBK branch Maranatha Christian University with a sample of 90 customers. Collecting data using questionnaires and analyzed by multiple regression. Based on the results of research using the F test, variables Tangible (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), and Empaty (X_5) simultaneous impact (together) amounted to 36.6% of the Customer Loyalty (Y), while the remaining 63,4% is influenced by other factors that are not observed in this study. While using the t test, variables Tangible (X_1), Realibility (X_2), Assurance (X_4), does not significantly influence the Customer Loyalty (Y) and Responsiveness (X_3), Empaty (X_5) significantly influence the Customer Loyalty (Y).

Keywords: service quality, customer loyalty, tangible, realibility, responsiveness, assurance, empathy.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap loyaltas nasabah (studi pada: PT. OCBA NISP TBK cabang Universitas Kristen Maranatha). Jenis penelitian yang digunakan causal explanatory. Populasi yang digunakan para Nasabah PT.OCBC NISP TBK cabang Universitas Kristen Maranatha dengan sampel 90 nasabah. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji F, variabel Tangible (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), dan Empaty (X_5) memberikan pengaruh simultan (bersama-sama) sebesar 36,6% terhadap Loyalitas Nasabah (Y), sedangkan sisanya sebesar 63,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati didalam penelitian ini. Sedangkan menggunakan uji t, variabel Tangible (X_1), Realibility (X_2), Assurance (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dan variabel Responsiveness (X_3), Empaty (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Kata Kunci: kualitas pelayanan, loyalitas nasabah, tangible, realibility, responsiveness, assurance, empathy.

DAFTAR ISI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH	i
(STUDI PADA: PT. OCBC NISP TBK CABANG	ii
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA)	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II	6
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	6
2.1 Pengertian Jasa/Layanan	6

2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan	8
2.3 Pengertian Kepuasan Nasabah	12
2.4 Pengertian Loyalitas Nasabah	12
2.5 Kerangka Teoritis	14
2.6 Kerangka Pemikiran	17
2.7 Pengembangan Hipotesis	19
BAB III	20
METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Lokasi Penelitian	20
3.2 Jenis Penelitian	20
3.2.1 Sumber Data.....	20
3.3 Populasi dan Sampel	20
3.4 Definisi Operasional Variabel	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.1 Metode Analisis Data	28
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif Profil Responden	28
3.6.2 Uji Validitas	29
3.6.3 Uji Reliabilitas	30
3.6.4 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	30
3.6.5 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.6.5.1 Uji Normalitas.....	31
3.6.5.2 Uji Multikolonieritas.....	31
3.6.5.3 Uji Heteroskedastisitas	32
3.6.5.4 Uji Outlier	32
3.6.6 Analisis Regresi Berganda.....	33
3.6.7 Analisis Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	33
3.6.8 Analisis Koefisien Determinasi	34
3.6.9 Pengujian Hipotesis	34
3.6.9.1 Uji Simultan (Uji F).....	34
3.6.9.2 Uji Parsial (Uji t)	35
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37

4.1 Analisis Statistik Deskriptif Profil Responden.....	37
4.2 Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas	42
4.2.1 Uji Validitas	42
4.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	44
4.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian	44
4.3.1 Variabel Kualitas Pelayanan	45
4.3.2 Sub Variabel <i>Tangible</i>	47
4.3.3 Sub Variabel <i>Realibility</i>	51
4.3.4 Sub Variabel Responsiveness	55
4.3.5 Sub Variabel <i>Assurance</i>	59
4.3.6 Sub Variabel <i>Emphaty</i>	63
4.3.7 Variabel Loyalitas Nasabah	67
4.4 Regresi Linier Berganda : Pengaruh <i>Tangible</i> (X_1), <i>Realibility</i> (X_2), <i>Responsiveness</i> (X_3), Assurance (X_4) dan Empaty (X_5) terhadap Loyalitas Nasabah (Y).....	71
4.5 Uji Asumsi Klasik	71
4.5.1 Uji Normalitas Data	71
4.5.2 Uji Outliers.....	72
4.5.3 Uji Multikolinieritas.....	73
4.5.4 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.6 Persamaan Regresi Linier Berganda	75
4.7 Analisis Korelasi Pearson Product Moment.....	77
4.8 Analisis Koefisien Determinasi.....	79
4.9 Pengujian Hipotesis	80
4.9.1 Uji Simultan (Uji F).....	80
4.9.2 Uji Parsial (Uji t).....	82
BAB V	92
SIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.2 Kesimpulan.....	92
5.2 Keterbatasan Penelitian	93
5.3 Saran	93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	129
(<i>CURRICULUM VITAE</i>)	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teoritis.....	14
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4. 1 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Gambar 4. 2 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia.....	39
Gambar 4. 3 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
Gambar 4. 4 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan	41
Gambar 4. 5 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	42
Gambar 4. 6 Rentang Skor Kualitas Pelayanan	46
Gambar 4. 7 Rentang Skor <i>Tangible</i>	48
Gambar 4. 8 Rentang Skor <i>Realibility</i>	52
Gambar 4. 9 Rentang Skor <i>Responsiveness</i>	56
Gambar 4. 10 Rentang Skor <i>Assurance</i>	60
Gambar 4. 11 Rentang Skor <i>Empaty</i>	64
Gambar 4. 12 Rentang Skor Loyalitas Nasabah	68
Gambar 4. 13 Uji Heteroskedastisitas dengan Menggunakan <i>Scatterplot</i>	74
Gambar 4. 14 Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel <i>Tangible</i> (X_1).....	83
Gambar 4. 15 Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel <i>Realibility</i> (X_2)	84
Gambar 4. 16 Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel <i>Responsiveness</i> (X_3)	85
Gambar 4. 17 Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel <i>Assurance</i> (X_4)	86
Gambar 4. 18 Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel <i>Empaty</i> (X_5).....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penghargaan <i>Indonesian Bank Loyalty Award (IBLA)</i> 2012	3
Tabel 3.1 Tabel DOV (Dimensi Operasional Variabel)	22
Tabel 4. 1 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 3 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4. 4 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan.....	40
Tabel 4. 5 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	41
Tabel 4. 6 Uji Validitas KMO and Bartlett's Test	42
Tabel 4. 7 Uji Validitas Rotated Component Matrix	43
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	44
Tabel 4. 9 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Variabel Kualitas Pelayanan	45
Tabel 4. 10 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Sub Variabel <i>Tangible</i>	47
Tabel 4. 11 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Peralatan yang digunakan oleh Bank OCBC NSIP sudah modern”	48
Tabel 4. 12 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Fasilitas gedung/ruangan beserta fasilitas fisik lain nyaman dan bersih”	49
Tabel 4. 13 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Para karyawan Bank OCBC NISP rapih dan ramah”	50
Tabel 4. 14 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Sub Variabel <i>Realibility</i>	51

Tabel 4. 15 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Karyawan Bank OCBC NISP cermat/teliti dalam menangani setiap transaksi nasabah”	52
Tabel 4. 16 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan”	53
Tabel 4. 17 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Kesiapan karyawan Bank OCBC NISP didalam melayani nasabah”	54
Tabel 4. 18 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Sub Variabel <i>Responsiveness</i>	55
Tabel 4. 19 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Kejelasan informasi yang diterima oleh nasabah sudah baik”	56
Tabel 4. 20 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Ketersediaan staf/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah sudah baik”	57
Tabel 4. 21 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Kecepat-tanggapan karyawan dalam melayani nasabah baik”	58
Tabel 4. 22 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Sub Variabel <i>Assurance</i>	59
Tabel 4. 23 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Para karyawan Bank OCBC NISP sabar dalam menerima keluhan nasabah”	60
Tabel 4. 24 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Karyawan Bank OCBC NISP bersikap sopan kepada setiap nasabah”	61
Tabel 4. 25 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Adanya jaminan keamanan dalam melakukan berbagai layanan jasa yang diberikan Bank OCBC NISP”	62

Tabel 4. 26 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Karyawan Bank OCBC NISP memberikan perhatian yang lebih kepada kebutuhan nasabah”	64
Tabel 4. 27 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Pemahaman yang baik dari karyawan Bank OCBC NISP terhadap kebutuhan nasabah”	65
Tabel 4. 28 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Kemampuan karyawan Bank OCBC NISP dalam menjalin hubungan yang interaktif, terus menerus kepada nasabah”	66
Tabel 4. 29 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Variabel Loyalitas Nasabah.....	67
Tabel 4. 30 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya akan tetap menggunakan produk dari Bank OCBC NISP”	68
Tabel 4. 31 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya pernah merekomendasikan produk dan layanan dari Bank OCBC NISP kepada orang lain”	69
Tabel 4. 32 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya tidak akan menggunakan produk dan layanan lain selain Bank OCBC NISP”	70
Tabel 4. 33 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4. 34 Uji <i>Mahalanobis Distance</i>	72
Tabel 4. 35 Hasil Nilai VIF Uji Multikolinieritas.....	73
Tabel 4. 36 Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Persamaan Regresi.....	75
Tabel 4. 37 Nilai Koefisien Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	77
Tabel 4. 38 Koefisien Korelasi dan Taksirannya.....	78
Tabel 4. 39 Analisis Koefisien Determinasi	79
Tabel 4. 40 Persentase Pengaruh Masing-masing Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	80

Tabel 4. 41 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji-F).....	81
Tabel 4. 42 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	103
Lampiran 2 Output SPSS	106
Lampiran 3 Input SPSS.....	116
Lampiran 4 Tabel Chi-Square.....	121
Lampiran 5 Tabel Critical Values.....	124