

ABSTRAK

Aditya Firmansyah Setiawan, 2008, Pengaruh Kualitas Jasa Perbankan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Bank Danamon) Cabang Purwakarta “, di bawah bimbingan Ibu Dr. Anny Nurbasari SE, MP.

Berdiri sejak tahun 1956, PT Bank Danamon Indonesia Tbk (Danamon) adalah bank swasta nasional terbesar kedua dan termasuk dalam lima besar bank komersial di Indonesia, dengan pangsa pasar sebesar 5 persen dari jumlah pinjaman dan deposit bank-bank di Indonesia. Bank Danamon memiliki jaringan distribusi geografi yang terluas dari semua bank di Indonesia dengan 500 kantor cabang, 790 ATM serta didukung oleh lebih dari 13.000 karyawan. Bank Danamon saat ini dikenal sebagai salah satu bank terkemuka di bidang konsumen dan UKM selain melayani nasabah korporasi dan kelembagaan di seluruh Indonesia.

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).

Konsep tentang kualitas jasa kepuasan Konsumen dan loyalitas saling berhubungan satu dengan lainnya. Hubungan antara nilai kualitas jasa perbankan dan loyalitas dipengaruhi pula oleh karakteristik produk dan pola pembeliannya. Jika pembelian merupakan suatu kegiatan rutin (*habit*) maka kemungkinan konsumen akan loyal kepada produk jasa perbankan yang didapatkannya.

Penelitian dilakukan di Bank Danamon cabang Purwakarta yang berlokasi di jalan RE Marthadinata No. 05 Purwakarta menggunakan 98 responden. Berdasarkan hasil analisis penelitian awal peneliti memilih jasa Bank Danamon sebagai jasa pilihan responden yang terbanyak. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode survey yang menyebarkan kuesioner pada responden untuk diisi.

Untuk menganalisa data hasil penelitian digunakan perhitungan analisis uji regresi. Dari penelitian diketahui Dari perhitungan analisis linier sederhana dari X_1 sampai X_5 semua memperoleh persamaan yang diwakili oleh salah satunya yaitu: $Y = 5,443 + 3,509 X$. Dimana Y adalah loyalitas konsumen Bank Danamon Cabang Purwakarta dan X adalah Kualitas Jasa. Konstanta sebesar 5,443 berarti bahwa jika tidak ada kualitas jasa maka loyalitas konsumen Bank Danamon cabang Purwakarta adalah sebesar 3,509. Koefisien regresi sebesar 3,509 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 poin kualitas jasa, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan Bank Danamon Cabang Purwakarta sebesar 3,509.

Dari hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen sebesar 63%, sedangkan sisanya 37% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar faktor yang diteliti.

ABSTRACT

Aditya Firmansyah Setiawan, 2008, Influence of Quality Of Service Banking To Loyalty Consumer (Case Study In Bank Danamon) Branch Purwakarta ", below tuition Ms. Dr. Anny Nurbasari SE, MP.

Stand up since year 1956, PT Bank Danamon Indonesia Tbk is second national private bank and included in five is big of commercial bank in Indonesia, with market compartment equal to 5 percentage of the amount of bank deposit and loan in Indonesia. Bank Danamon have wide [of] geografi distribution network from all bank in Indonesia by 500 office of branch, 790 ATM and also supported by more than 13.000 employees. Bank Danamon in this time known as one of the notable bank in consumer area and UKM besides serving corporation client and institute in all Indonesia.

Business Banking represent service business which pursuant to at trust principality so that the problem of the quality of service become factor which is very determine in efficacy of effort. Quality of service represent form assessment of consumer to accepted service storey level with expected service storey level.

Conception about quality of service satisfaction of Consumer and loyalitas interact one otherly. Relation among value of quality of banking service and loyalitas influenced also by product characteristic and its purchasing pattern. If purchasing represent a routine activity (habit) hence possibility of consumer of loyal to got banking service product it.

Analyse conducted in Bank Danamon branch Purwakarta which is have location on RE Marthadinata road street no. 05 Purwakarta use 98 responder. Pursuant to result of research analysis early researcher chosen Bank Danamon service as responder choice service which many. This research have the character of descriptive with survey method propagating kuesioner [at] responder to be filled.

To analyse data result of research used by calculation of analysis test regresi. From research known From calculation of linear analysis modestly from X1 until X5 all obtaining equation deputized by one of them that is: $Y = 5,443 + 3,509 X$. Where Y is Bank Danamon consumer loyalitas Branch Purwakarta and X is the Quality of Service. Konstanta equal to 5,443 meaning that otherwise there is quality of service hence Bank Danamon consumer loyalitas branch Purwakarta is equal to 3,509. Regresi coefficient equal to 3,509 expressing that each;every addition 1 poin of quality of service, hence will improve Bank Danamon customer loyalitas Branch Purwakarta equal to 3,509 .

From result of calculation above hence can be concluded that influence of quality of service to consumer loyalitas equal to 63%, while the rest 37% influenced by other factors outside accurate factor

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATAPENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10

BAB II TINJAUAN PUSATAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

DAN HIPOTESIS

2.1. Konsep dan Definisi Jasa.....	11
2.1.1. Pengertian JasaBank.....	13
2.1.2. Manfaat Jasa Bank.....	13

2.1.3. Jenis-Jenis Jasa Bank.....	14
2.1.4. Definisi Kualitas Jasa.....	17
2.1.5. Definisi Pelayanan.....	19
2.1.6. Definisi Kepuasan.....	20
2.1.7. Definsi Kualitas Pelayanan Jasa.....	21
2.1.8. Karakteristik Dan Klasifikasi Jasa.....	22
2.1.9. Dimensi Kualitas.....	26
2.1.10. Pengembangan Produk/Jasa Baru.....	27
2.1.11. Persepsi Terhadap Kualitas Jasa.....	28
2.1.12. Pengertian Harapan Pelanggan.....	29
2.1.13. Faktor – Faktor Penyebab Kualitas Buruk.....	32
2.1.14. Definisi Loyalitas Konsumen	34
2.1.15. Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	36
2.1.16. Merancang dan Menciptakan Loyalitas Konsumen.....	40
2.1.17. Tahapan Loyalitas Konsumen.....	41
2.1.17. Tingkatan Konsumen Menuju Loyalitas.....	43
2.2. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.....	46

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Pengukuran	
atau Operasional Variabel	51
3.2. Desain Penelitian	55
3.2.1 Metode Pengumpulan Data.....	56

3.2.2 Metode Analisis Data.....	57
3.2.3 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran.....	59
3.2.4 Uji Regresi Sederhana.....	60
3.2.5 Koefisien Determinasi.....	61
3.2.6 Pengujian Hipotesis.....	62
3.2.7 Uji Validitas dan Reabilitas.....	63
3.2. Jadwal Penelitian.....	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Bank Danamon.....	65
4.1.1 Visi Dan Misi Bank Danamon.....	66
4.1.2 Prinsip Bank Danamon.....	67
4.1.3 Komisaris dan Direksi Bank Danamon.....	70
4.2 Struktur Organisasi Bank Danamon.....	79
4.3 Hasil Jawaban Responden.....	80
4.3.1 Karakteristik Responden.....	80
4.3.2 Tabulasi Hasil Jawaban Kuesioner.....	83
4.4 Pembahasan.....	90
4.4.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Uji.....	90
4.4.2 Analisis Regresi.....	91
4.4.3 Perhitungan Koefisien Determinasi.....	92
4.4.4 Pengujian Keberartian Koefisien Regresi.....	93
4.4.5 Pengujian Hipotesis.....	103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Bank Danamon,Tbk.....	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	52
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban dan Bobot Nilai Pernyataan.....	58
Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	59
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	64
Tabel 4.1 Profil Responden.....	80
Tabel 4.2 Usia Responden.....	80
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	81
Tabel 4.4 Sumber Informasi.....	81
Tabel 4.5 Jumlah Kunjungan.....	82
Tabel 4.6 Kegunaan.....	82
Tabel 4.7 Unsur Tangible (dalam%).....	83
Tabel 4.8 Unsur Empty (dalam%).....	84
Tabel 4.9 Aspek Realibility (dalam%).....	85
Tabel 4.10 Aspek Responsiveness (dalam%).....	86
Tabel 4.11 Aspek Assurance (dalam%).....	87
Tabel 4.12 Aspek Loyality.....	88
Tabel 4.13 Regression X1 Terhadap Y Model Summary.....	92
Tabel 4.14 Regression X1 Terhadap Y Coefficient.....	92
Tabel 4.15 Regression X1 Terhadap Y Anova.....	94
Tabel 4.16 Regression X2 Terhadap Y Model Summary.....	94

Tabel 4.17 Regression X2 Terhadap Y Coefficient.....	95
Tabel 4.18 Regression X2 Terhadap Y Anova.....	95
Tabel 4.19 Regression X3 Terhadap Y Model Summary.....	96
Tabel 4.20 Regression X3 Terhadap Y Anova.....	97
Tabel 4.21 Regression X3 Terhadap Y Coefficient.....	97
Tabel 4.22 Regression X4 Terhadap Y Model Summary.....	98
Tabel 4.23 Regression X4 Terhadap Y Anova.....	98
Tabel 4.24 Regression X4 Terhadap Y Coefficient.....	99
Tabel 4.25 Regression X5 Terhadap Y Model Summary.....	100
Tabel 4.26 Regression X5 Terhadap Y Anova.....	101
Tabel 4.27 Regression X5 Terhadap Y Coefficient.....	102
Tabel 4.28 Correlation.....	103
Tabel 4.29 Hasil Pengujian 2 Sisi.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran I

- o Riwayat Hidup
- o Surat Perjanjian
- o Berita Acara Bimbingan

2. Lampiran II

- o Kuesioner

3. Lampiran III

- o Data Mentah

4. Lampiran IV

- o Hasil Analisis

5. Lampiran V

- o Photo Objek Penelitian