

ABSTRAK

Perekonomian Indonesia pasca krisis yang semakin membaik dan stabil mengakibatkan investasi meningkat. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kepercayaan dari masyarakat untuk menyimpan dananya di bank. Hal ini secara langsung menimbulkan persaingan antar bank, terutama dalam mendapatkan nasabah dan meningkatkan loyalitasnya. Oleh karena itu setiap bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik agar kepuasan nasabah tercapai.

Bank Lippo sebagai salah satu bank swasta nasional, sangat memperhatikan kepuasan dan kepercayaan nasabahnya. Oleh karena itu Bank Lippo sangat memperhatikan kualitas pelayanan jasa perbankan agar harapan dari nasabahnya dapat terpenuhi dan berakhir dengan meningkatnya loyalitas.

Agar dasar uraian diatas, maka dirasakan perlu untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan jasa perbankan terhadap loyalitas nasabah Bank Lippo.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dimana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden yang menjadi nasabah Bank Lippo. Data yang diperoleh lalu diolah dengan korelasi Rank Spearman dan koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian ini didapat perhitungan koefisien Rank Spearman sebesar 0,898 yang berarti adanya hubungan yang kuat menuju sempurna antara kualitas pelayanan jasa perbankan dan loyalitas nasabah. Sementara dari hasil perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 80,64% terhadap loyalitas nasabah, sedangkan sisanya sebesar 19,36% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Hal tersebut diatas memberi gambaran bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan Bank Lippo secara umum memiliki pengaruh yang cukup besar dalam terciptanya loyalitas nasabah.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	6
1.6 Metode Penelitian.....	13
1.6.1 Operasionalisasi Variabel.....	13
1.6.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	15
1.6.3 Jenis dan Sumber Data.....	16
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	17
1.6.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	17
1.6.5.1 Teknik Pengolahan Data.....	17
1.6.5.2 Teknik Analisis Data.....	18
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22

1.8	Sistematika Pembahasan.....	22
-----	-----------------------------	----

BAB II. Tinjauan Pustaka

2.1	Pengertian Pemasaran.....	25
2.2	Bauran Pemasaran.....	26
2.2.1	Produk (Product).....	27
2.2.2	Harga (Price).....	28
2.2.3	Distribusi (Place).....	28
2.2.4	Promosi (Promotion).....	29
2.2.5	Manusia (People).....	30
2.2.6	Proses (Process).....	31
2.2.7	Bukti Fisik (Physicall Evidence).....	31
2.3	Jasa.....	33
2.3.1	Pengertian Jasa.....	33
2.3.2	Karakteristik Jasa.....	33
2.3.3	Klasifikasi Jasa.....	35
2.3.4	Kelemahan Jasa.....	38
2.3.5	Masalah-masalah dalam Bisni Jasa.....	39
2.3.6	Strategi dalam Mengatasi Masalah Jasa.....	40
2.3.7	Strategi Mengelola Penawaran dan Permintaan Jasa.....	43
2.3.7.1	Strategi Mengelola Penawaran Jasa.....	43
2.3.7.2	Strategi Mengelola Permintaan Jasa.....	45
2.3.8	Strategi Pemasaran Jasa.....	47
2.3.9	Model Kualitas Jasa.....	49

2. 4	Kualitas Jasa dan Kualitas Pelayanan.....	52
2.4.1	Pengertian Kualitas Jasa.....	52
2.4.2	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	53
2.4.3	Faktor-faktor Penentu Kualitas Jasa.....	54
2.4.4	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	56
2. 5	Konsep Pemasaran dan Orientasi pada Konsumen.....	57
2. 5. 1	Orientasi pada Konsumen.....	58
2. 5. 2	Koordinasi dan Integrasi dalam Perusahaan.....	59
2. 6	Kepuasan Konsumen.....	60
2. 6. 1	Pengertian Kepuasan.....	60
2. 6. 2	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	61
2. 6. 3	Strategi Kepuasan Konsumen.....	64
2. 6. 4	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	67
2. 6. 5	Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	69
2. 6. 6	Harapan dan Kepuasan Konsumen.....	70
2. 6. 7	Pengaruh Harapan dan Kepuasan Konsumen.....	71
2. 7	Loyalitas.....	73
2. 7. 1	Pengertian Loyalitas.....	73
2. 7. 2	Dimensi Loyalitas Konsumen.....	74
2. 7. 3	Ruang Lingkup Loyalitas.....	75
2. 7. 4	Tahapan Loyalitas Konsumen.....	75
2. 8	Hubungan Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah.....	77

BAB III. Obyek Penelitian

3. 1	Sejarah Perusahaan.....	79
3. 2	Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan.....	80
3. 3	Manajemen dan Sumber Dana.....	85
3. 4	Kegiatan Operasional.....	87
3. 5	Manajemen Pemasaran.....	90
3. 6	Manajemen Sumber Daya Manusia.....	91

BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4. 1	Analisis Profil Responden.....	94
4. 2	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa.....	97
4. 2. 1	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi <i>Tangible</i>	98
4. 2. 2	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi <i>Reliability</i>	99
4. 2. 3	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi <i>Responsiveness</i>	100
4. 2. 4	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi <i>Assurance</i>	101
4. 2. 5	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi <i>Emphaty</i>	102
4. 3	Analisis Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan.....	103

4. 3. 1	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi <i>Tangible</i>	104
4. 3. 2	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi <i>Reliability</i>	105
4. 3. 3	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi <i>Responsiveness</i>	106
4. 3. 4	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi <i>Assurance</i>	107
4. 3. 5	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi <i>Emphaty</i>	108
4. 4	Tingkat Loyalitas Nasabah.....	108
4. 4. 1	Tabulasi Tingkat Loyalitas Nasabah Bank Lippo.....	109
4. 5	Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Lippo.....	111
4. 5. 1	Metode Analisa Kuantitatif.....	112
4. 5. 2	Perhitungan Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	115
4. 5. 3	Menentukan Kofisien Determinasi.....	116
4. 5. 4	Rancangan Uji Hipotesis.....	117
BAB V. Kesimpulan dan Saran		
5. 1	Kesimpulan.....	120
5. 2	Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA		xii
LAMPIRAN		xiii

DAFTAR TABEL

TABEL	HLM
1. 1 Operasional Variabel.....	14
3. 1 Cabang-cabang Bank Lippo, Bandung.....	91
4. 1 Profil Responden berdasarkan Usia.....	94
4. 2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	95
4. 3 Profil Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	95
4. 4 Profil Responden berdasarkan Jenis Simpanan.....	96
4. 5 Profil Responden berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah.....	96
4. 6 Tingkat Kepentingan Responden terhadap dimensi <i>Tangible</i>	98
4. 7 Tingkat Kepentingan Responden terhadap dimensi <i>Reliability</i>	99
4. 8 Tingkat Kepentingan Responden terhadap dimensi <i>Responsiveness</i>	100
4. 9 Tingkat Kepentingan Responden terhadap dimensi <i>Assurance</i>	101
4. 10 Tingkat Kepentingan Responden terhadap dimensi <i>Emphaty</i>	102
4. 11 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Tangible</i>	104
4. 12 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	105
4. 13 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	106
4. 14 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	107
4. 15 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Emphaty</i>	108
4. 16 Tingkat Loyalitas Nasabah.....	109
4. 17 Perhitungan Korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Nasabah.....	112

4. 18	Angka Kembar Variabel X.....	114
4. 19	Angka Kembar Variabel Y.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar	HLM
1. 1 Skema Kerangka Pemikiran.....	11
2. 1 Bauran Pemasaran beserta Elemen-elemennya.....	32
2. 2 Strategi Pemasaran Jasa.....	49
2. 3 Model Kualitas Jasa (Gap Model).....	52
2. 4 Konsep Pemasaran.....	60
2. 5 Konsep Kepuasan Konsumen.....	63
2. 6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas.....	78
3. 1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	85