

ABSTRAK

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa haruslah dapat mempertahankan reputasi yang baik di mata nasabahnya. Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas akan cenderung memberikan kepuasan yang lebih kepada nasabah yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut, karena kepuasan nasabah merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas nasabah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan dimediasi oleh kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah secara langsung dan tidak langsung.

Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Bandung Kopo, dan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebesar 180 orang. Teknik pengambilan data dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 18 butir pernyataan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan regresi berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 17.0.

Dari data analisis diperoleh (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah; (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah; (3) Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah; (4) Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah diregresikan dengan Loyalitas Nasabah.

Selanjutnya pada penelitian ini juga ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Kualitas Layanan melalui Kepuasan Nasabah sebagai variabel mediasi terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 18.9% yang dapat dilihat pada tabel 5.25 dan sisanya sebesar 81.1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Companies engaged in the services sector should be able to maintain a good reputation in the eyes of its customers. Good service quality and the quality will tend to give more satisfaction to customers who use the services of the company, because customer satisfaction is key in creating customer loyalty. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction, service quality on customer loyalty, customer satisfaction on customer loyalty and influence of service quality on customer loyalty mediated by customer satisfaction. In this study to measure the impact of service quality on customer loyalty directly and indirectly. The population in this study is a customer of Bank Syariah Mandiri Branch Bandung Kopo, and the number of population in this study was of 180 people. Data retrieval technique using a questionnaire consisting of 18 items statement. The collected data were analyzed using multiple regression by using SPSS 17.0. Analysis of the data obtained (1) Quality of Service positive effect on customer satisfaction; (2) Quality of Service positive influence on Customer Loyalty; (3) Customer satisfaction has positive influence on Customer Loyalty; (4) Quality of Service and Customer Satisfaction to Customer Loyalty regressed. Furthermore, this study also found the result that there are significant simultaneously between variables Quality of Service through Customer Satisfaction as a variable mediation of Customer Loyalty amounted to 18.9% can be seen in Table 5.26 and the remaining balance of 81.1% is influenced by other factors not discussed in this study.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7

1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1 Kualitas Layanan.....	9
2.1.1 Dimensi Kualitas Layanan	15
2.1.2 Prinsip-prinsip Kualitas Layanan.....	24
2.1.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	26
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	26
2.1.2.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	28
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	29
2.1.3 Loyalitas Konsumen.....	30
2.1.3.1 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	31
2.1.3.2 Dimensi Loyalitas Konsumen	32
2.1.3.3 Loyalitas Konsumen dalam Perilaku Pembelian.....	32

2.1.3.4 Tingkatan Loyalitas.....	33
2.1.3.5 Jenis-jenis Loyalitas Konsumen.....	36
2.1.3.6 Loyalitas dapat Menghemat Biaya Perusahaan.....	38
BAB III RERANGKA PEMIKIRAN DAN METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Rerangka Pemikiran	44
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.3 Hipotesis Penelitian	46
BAB IV METODE PENELITIAN.....	49
4.1 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	49
4.2 Metode Pengumpulan Data	50
4.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	50
4.2.2 Teknik Analisis.....	51
4.2.2.1 Uji Instrumen	51
4.2.2.2 Uji Validitas	51
4.2.2.3 Uji Reliabilitas	52
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik	52

4.2.2.5 Uji Normalitas.....	52
4.2.2.6 Uji Multikolinearitas	53
4.2.2.7 Uji Heterokedastisitas	53
4.2.2.8 Uji <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur)	54
4.3 Operasional Variabel.....	54
BAB V HASIL PENELITIAN.....	59
5.1 Hasil Penelitian.....	59
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
5.2.1 Analisis Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
5.2.1.1 Analisis Karakter Responden Berdasarkan Usia.....	60
5.2.1.2 Analisis Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
5.2.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	61
5.2.2.1 Kualitas Layanan (X_1).....	61
5.2.2.2 Kepuasan Nasabah (X_2)	65
5.2.2.3 Loyalitas Nasabah (Y).....	68
5.2.3 Hasil Pengujian Instrumen	71

5.2.3.1 Hasil Uji Validitas.....	71
5.2.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	74
5.2.4 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	78
5.2.4.1 Hasil Uji Normalitas	78
5.2.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
5.2.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	80
5.2.5 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	81
5.2.5.1 <i>Path Analysis</i> Model Ke-1	85
5.2.5.2 Uji Parsial (individu).....	86
5.2.5.3 <i>Path Analysis</i> Model Ke-2	88
5.2.5.4 Uji Parsial (individu).....	88
5.2.5.5 <i>Path Analysis</i> Model Ke-3	90
5.2.5.6 Uji Parsial (individu).....	91
5.2.5.7 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian 1	93
5.2.5.8 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian 2	93
5.2.5.9 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian 3	94

5.3 Implikasi Manajerial	96
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	98
6.1 Kesimpulan.....	98
6.2 Saran.....	99

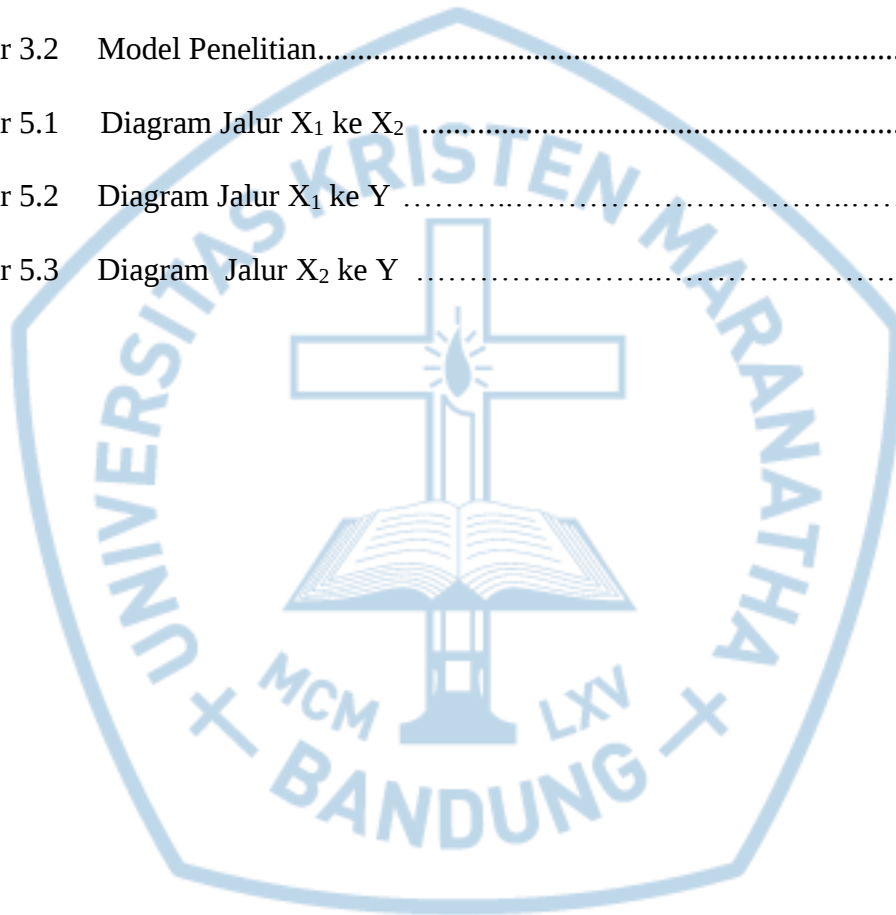
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Penilaian Pelanggan terhadap Kualitas layanan.....	11
Gambar 3.1	Rerangka Pemikiran	45
Gambar 3.2	Model Penelitian.....	46
Gambar 5.1	Diagram Jalur X_1 ke X_2	85
Gambar 5.2	Diagram Jalur X_1 ke Y	88
Gambar 5.3	Diagram Jalur X_2 ke Y	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pembukaan Rekening BSM Kopo.....	5
Tabel 4.1	Operasional Variabel.....	56
Tabel 5.1	Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 5.2	Usia Responden.....	60
Tabel 5.3	Pekerjaan	60
Tabel 5.4	Skor Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Variabel (X_1)	61
Tabel 5.5	Jawaban Responden Terhadap <i>Item-item</i> Pernyataan Variabel (X_1)	64
Tabel 5.6	Skor Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Variabel (X_2)	65
Tabel 5.7	Jawaban Responden Terhadap <i>Item-item</i> Pernyataan Variabel (X_2)	67
Tabel 5.8	Skor Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Variabel (Y).....	68
Tabel 5.9	Jawaban Responden Terhadap <i>Item-item</i> Pernyataan Variabel (Y)	70
Tabel 5.10	Hasil Uji Validitas	72
Tabel 5.11	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	75
Tabel 5.12	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah	76

Tabel 5.13	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah.....	77
Tabel 5.14	Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 5.15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 5.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80
Tabel 5.17	Coefficients ^a Hasil Uji Regresi Berganda	81
Tabel 5.18	Correlations Hasil Uji Regresi Berganda	82
Tabel 5.19	ANOVA Hasil Uji Regresi Berganda.....	83
Tabel 5.20	Hasil Uji Regresi Sederhana.....	84
Tabel 5.21	Pengujian Hipotesis Parsial - 1.....	86
Tabel 5.22	Pengujian Hipotesis Parsial - 2.....	89
Tabel 5.23	Pengujian Hipotesis Parsial - 3.....	91
Tabel 5.24	Model Summary.....	95