

ABSTRAK

Saat ini kita memasuki zaman yang serba maju dan praktis maka dari itu kita harus menyesuaikan dengan segala perkembangan zaman. Termasuk dalam dunia perekonomian yang sangat dinamis. Uang sebagai tokoh utama dalam perekonomian yang peranannya sangat penting bagi roda perekonomian. Dalam perputarannya untuk investasi, uang identik dengan Bank karena melakukan perputaran uang melalui Bank dapat membuat nasabah merasa aman dan efisien dalam melakukan kegiatan perekonomiannya, khususnya tentang tabungan dan investasi. Disini Bank perlu memperhatikan kualitas pelayanannya agar timbul loyalitas nasabah terhadap Bank itu sendiri. Dengan demikian, dilakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk menguji dan menganalisis dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Data dikumpulkan melalui survei langsung. Sampel yang diambil adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha nasabah Bank BCA dan Bank Mandiri. Kuisisioner yang disebar 150, dengan tingkat pengembalian 100% dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 5%.



ABSTRACT

Nowadays we are entering a very advanced and practical era hence we have to adjust to all the development of time. Included in the world of a very dynamic economy. Money as the main character in the economy whose role is very important for the wheels of the economy. In the velocity for investment, money is identical with the Bank because doing the velocity of money through the Bank can make customers feel safe and efficient in conducting economic activities, especially about savings and investments. Here the Bank needs to pay attention to the quality of its services in order to arise customer loyalty to the Bank itself. Thus, conducted a study that aims to test and analyze the dimensions of service quality to customer loyalty. Data were collected through direct survey. Samples taken are students of Maranatha Christian University customers of Bank BCA and Bank Mandiri. The questionnaire was distributed 150, with 100% return and the required level of error is 5%.



DAFTAR ISI

BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.3 Pengertian Jasa.....	16
2.1.4 Pemasaran Jasa.....	20
2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2.3 Bank.....	24
2.3.1 Tipe – Tipe Bank.....	25
2.3.2 Jasa – Jasa Pelayanan Yang Diberikan Bank.....	26
2.3.3 Pengertian Kepuasan Nasabah.....	27
2.3.4 Pengertian Loyalitas Nasabah.....	28
2.4 Model Penelitian.....	30
2.4.1 Hubungan tangible (nyata/berwujud) dengan loyalitas nasabah:....	31
2.4.2 Hubungan realibility (keandalan) dengan loyalitas nasabah:.....	32
2.4.3 Hubungan responsiveness (cepat tanggap) dengan loyalitas nasabah:	32
2.4.4 Hubungan assurance (kepastian) dengan loyalitas nasabah:.....	33
2.4.5 Hubungan empathy (empati) dengan loyalitas nasabah:.....	33
2.5 Kerangka Pemikiran.....	34
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	36
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38

BAB III.....	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Sumber Data.....	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Metode Analisis Data.....	48
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif Profil Responden.....	48
3.6.2 Uji Validitas.....	48
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	50
3.6.5 Analisis Regresi Berganda.....	52
3.6.6 Analisis Korelasi Pearson Product Moment.....	53
3.6.7 Analisis Koefisien Determinasi.....	53
3.6.8 Pengujian Hipotesis.....	54
3.7 Lokasi Penelitian.....	56

