

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine and analyze the influence of service quality which consists of tangible, realibility, responsiveness, assurance, and empathy toward customer loyalty on the Bank BCA and Bank Mandiri as compared to. The research used causal explanatory. Customer's sample used the Maranatha Christian University with a sample of 150 customers. Collecting data using questionnaires and analyzed by multiple regression. Based on the results of research using the F test, at bank BCA, variables Tangible (X1), Realibility (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), and Empaty (X5) simultaneous impact (together) amounted to 74.5% of the Customer Loyalty (Y), while the remaining 25.4% is influenced by other factors that are not observed in this study, while the results of research using the F test at bank Mandiri, variables Tangible (X1), Realibility (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), and Empaty (X5) simultaneous impact (together) amounted to 63.7% of the Customer Loyalty (Y), while the remaining 36.3% is influenced by other factors that are not observed in this study.

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 loylitas nasabah pada bank BCA dan dibandingkan dengan bank Mandiri. Jenis penelitian yang digunakan causal explanatory. Sampel yang digunakan adalah para Nasabah bank BCA dan bank Mandiri di Universitas Kristen Maranatha dengan sampel 150 nasabah. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji f, pada bank BCA secara simultan terdapat pengaruh antara Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4) dan Empathy (X_5) terhadap loyalitas nasabah (Y_1) sebesar 74,5% sedangkan sisanya 25,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti, dan dibandingkan dengan hasil penelitian menggunakan uji f pada bank Mandiri, terdapat pengaruh antara Tangibles (X_1), Realibility (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4) dan Empaty (X_5) terhadap loyalitas nasabah (Y_2) sebesar 63,7% sedangkan sisanya 36,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Kata-kata kunci: Kualitas pelayanan, loyalitas nasabah, *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty*.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11

2.1.1.1 Pemasaran Bank	12
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.3 Pengertian Jasa	15
2.1.4 Sifat dan Karakteristik Jasa	16
2.1.5 Bank.....	18
2.1.6 Tipe-tipe Bank	19
2.1.7 Jasa-jasa Pelayanan Yang Diberikan Bank	20
2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan	21
2.3 Pengertian Kepuasan Nasabah.....	25
2.4 Pengertian Loyalitas Nasabah	26
2.5 Model Penelitian.....	27
2.6 Rerangka Pemikiran	30
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	34
3.2 Jenis Penelitian	34
3.2.1 Sumber Data	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel	37
3.4 Definisi Operasional variable	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Metode Analisis Data	43

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif Profil Responden.....	43
3.6.2 Uji Validitas.....	43
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	45
3.6.4 Analisis Dekriptif Data Penelitian.....	45
3.6.5 Uji Asumsi Klasik	45
3.6.5.1 Uji Normalitas.....	45
3.6.5.2 Uji Multikolinearitas	46
3.6.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.6.5.4 Uji Outlier	47
3.6.6 Analisis Regresi Berganda.....	48
3.6.7 Analisis Korelasi Product Moment.....	48
3.6.8 Analisis Koefisien Determinasi	48
3.6.9 Pengujian Hipotesis	49
3.6.9.1 Uji Simultan (Uji F)	49
3.6.9.2 Uji Parsial (Uji t).....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik Deskriptif Profil Responden Bank BCA.....	52
4.2 Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Bank BCA	54
4.2.1 Uji Validitas	54
4.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	56
4.3 Analisis Data Penelitian Bank BCA	56
4.3.1 Kualitas Pelayanan (X)	57
4.3.2 Variabel <i>Tangible</i> (X ₁)	59

4.3.3 Sub Realibility (X_2).....	61
4.3.4 Sub Variabel Responsiveness (X_3)	63
4.3.5 Sub Variabel Assurance (X_4).....	65
4.3.6 Sub Variabel Empaty (X_5)	67
4.3.7 Variabel Loyalitas Nasabah (Y).....	69
4.4 Analisis Regresi Bank BCA	71
4.4.1 Pengujian Normalitas	71
4.4.2 Pengujian Heteroskedastisitas	72
4.4.3 Pengujian Multikolinearitas	73
4.4.4 Uji Regresi Berganda Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BCA	74
4.4.5 Hubungan X_1 (Tangible), X_2 (Realibility), X_3 (Responsiveness), X_4 (Assurance) dan X_5 (Empaty) dan Y (Loyalitas Nasabah) .	76
4.4.6 Pengaruh X_1 (Tangible), X_2 (Realibility), X_3 (Responsiveness), X_4 (Assurance) dan X_5 (Empaty) dan Y (Loyalitas Nasabah).....	78
4.4.7 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	79
4.4.8 Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	80
4.5 Pembahasan	82
4.6 Analisis Statistik Deskriptif Profil Responden Bank Mandiri	84
4.7 Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Bank Mandiri.....	86
4.7.1 Uji Validitas	86
4.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	88
4.8 Analisis Data Penelitian Bank Mandiri.....	88

4.8.1 Kualitas Pelayanan (X)	89
4.8.2 Variabel <i>Tangible</i> (X ₁).....	91
4.8.3 Sub Realibility (X ₂).....	93
4.8.4 Sub Variabel Responsiveness (X ₃)	94
4.8.5 Sub Variabel Assurance (X ₄).....	96
4.8.6 Sub Variabel Empaty (X ₅)	98
4.8.7 Variabel Loyalitas Nasabah (Y).....	100
4.9 Analisis Regresi Bank Mandiri.....	103
4.9.1 Pengujian Normalitas.....	103
4.9.2 Pengujian Heteroskedastisitas.....	104
4.9.3 Pengujian Multikolinieritas.....	104
4.9.4 Uji Regresi Berganda Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Mandiri	106
4.9.5 Hubungan X1 (<i>Tangible</i>), X2 (<i>Realibility</i>), X3 (<i>Responsiveness</i>), X4 (<i>Assurance</i>) dan X5 (<i>Empaty</i>) dan Y (<i>Loyalitas Nasabah</i>)	107
4.9.6 Pengaruh X1 (<i>Tangible</i>), X2 (<i>Realibility</i>), X3 (<i>Responsiveness</i>), X4 (<i>Assurance</i>) dan X5 (<i>Empaty</i>) dan Y (<i>Loyalitas Nasabah</i>)	109
4.9.7 Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	112
4.10 Pembahasan.....	114

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	116
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	119
5.2 Saran.....	119

DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	125
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	133

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Model Penelitian	28
Gambar 2 Rerangka Pemikiran	31
Gambar 3 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Lama Menabung	54
Gambar 5 Diagram Persepsi Responden tentang kualitas pelayanan...	59
Gambar 6 Diagram Persepsi Responden tentang Loyalitas Nasabah...	70
Gambar 7 Heteroskedastisitas	73
Gambar 8 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Gambar 9 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Lama Menabung	86
Gambar 10 Diagram Persepsi Responden tentang kualitas pelayanan...	90
Gambar 11 Diagram Persepsi Responden tentang Loyalitas Nasabah Bank Mandiri	102
Gambar 12 Heteroskedastisitas	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Penghargaan Indonesian Bank Loyalty Award (IBLA) 2012 5
Tabel II	Operasional Variabel 39
Tabel III	Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52
Tabel IV	Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 53
Tabel V	Uji Validitas KMO and Bartlett's Test..... 54
Tabel VI	Uji Validitas Rotated Component Matrix..... 55
Tabel VII	Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian..... 56
Tabel VIII	Persepsi Responden Kualitas Pelayanan (X)..... 58
Tabel IX	Persepsi Responden Tentang <i>tangible</i> (X1) 60
Tabel X	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pernyataan Pada Sub Variabel Tangible 61
Tabel XI	Persepsi Responden Tentang Realibility (X2)..... 62
Tabel XII	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pernyataan Pada Sub Variabel Realibility..... 63
Tabel XIII	Persepsi Responden Tentang responsiveness (X3)..... 64
Tabel XIV	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pernyataan Pada Sub Variabel Responsiveness 64
Tabel XV	Persepsi Responden Tentang Assurance (X4)..... 66
Tabel XVI	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pertanyaan Pada Variabel Assurance 66
Tabel XVII	Persepsi Responden Tentang Empaty (X4) 68
Tabel XVIII	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pertanyaan

	Pada Variabel Empaty	68
Tabel XIX	Persepsi Responden Tentang Loyalitas Nasabah (Y).....	70
Tabel XX	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pertanyaan Pada Variabel Loyalitas Nasabah	71
Tabel XXI	Uji Normalitas	72
Tabel XXII	Matrik Korelasi Antar Variabel Bebas Pada Model Penelitian	74
Tabel XXIII	Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah .	75
Tabel XXIV	Korelasi antara X1 (Tangible), X2 (Realibility), X3 (Responsiveness), X4 (Assurance), X5 (Empaty), dan Y (Loyalitas Nasabah)	76
Tabel XXV	Koefisien Determinansi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	78
Tabel XXVI	Pengujian Secara Simultan antara variabel X1 (Tangible), X2 (Realibility), X3 (Responsiveness), X4(Assurance) dan X5 (Empaty) terhadap Loyalitas Nasabah (Y).....	80
Tabel XXVII	Hasil Uji-t Sub Variabel X1 (Tangible), X2 (Realibility), X3 (Responsiveness), X4 (Assurance) dan X5 (Empaty) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	81
Tabel XXVIII	Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel XXIX	Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Tabel XXX	Uji Validitas KMO and Bartlett's Test.....	86
Tabel XXXI	Uji Validitas Rotated Component Matrix.....	87
Tabel XXXII	Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	88
Tabel XXXIII	Persepsi Responden Tentang Kualitas Pelayanan (X).....	90

Tabel XXXIV	Persepsi Responden Tentang Tangible (X1)	92
Tabel XXXV	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pernyataan Pada Sub Variabel Tangible	92
Tabel XXXVI	Persepsi Responden Tentang Realibility (X2).....	93
Tabel XXXVII	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pernyataan Pada Sub Variabel Realibility.....	94
Tabel XXXVIII	Persepsi Responden Tentang responsiveness (X3).....	95
Tabel XXXIX	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pernyataan Pada Sub Variabel Responsiveness	96
Tabel XL	Persepsi Responden Tentang Assurance (X4).....	97
Tabel XLI	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pertanyaan Pada Variabel Assurance	98
Tabel XLII	Persepsi Responden Tentang Empaty (X4)	99
Tabel XLIII	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pertanyaan Pada Variabel Empaty	100
Tabel XLIV	Persepsi Responden Tentang Loyalitas Nasabah (Y).....	101
Tabel XLV	Sebaran Jawaban Responden Tentang Item-item Pertanyaan Pada Variabel Loyalitas Nasabah	102
Tabel XLVI	Uji Normalitas	103
Tabel XLVII	Matrik Korelasi Antar Variabel Bebas Pada Model Penelitian	105
Tabel XLVIII	Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah .	106
Tabel XLIX	Korelasi antara X1 (Tangible), X2 (Realibility), X3 (Responsiveness), X4 (Assurance), X5 (Empaty), dan Y (Loyalitas Nasabah)	107

Tabel L	Koefisien Determinansi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	110
Tabel LI	Pengujian Secara Simultan antara variabel X1 (Tangible), X2 (Realibility), X3 (Responsiveness), X4 (Assurance) dan X5 (Empaty) terhadap Loyalitas Nasabah (Y).....	111
Tabel LII	Hasil Uji-t Sub Variabel X1 (Tangible), X2 (Realibility), X3 (Responsiveness), X4 (Assurance) dan X5 (Empaty) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian
Lampiran B	Karakteristik Responden
Lampiran C	Pengujian Instrumen Penelitian