



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**ANALISA PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
NASABAH TABUNGAN BANK NAGARI CABANG BUKITTINGGI**


Oleh :

**NANDA YULIA SARI
06954044**

Mahasiswa Program S1 Jurusan Manajemen

**Untuk Memenuhi Sebahagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**PADANG
2010**

	No. Alumni Universitas	NANDA YULIA SARI	No. Alumni Fakultas
	BIODATA a). Tempat/Tgl Lahir : Koto Malintang/30 Juli 1984 b). Nama Orang Tua : Herman Isa c). Fakultas : Ekonomi d). Jurusan : Manajemen e). No.BP : 06954044 f). Tanggal Lulus : 01 Juni 2010 g). Predikat Lulus : Memuaskan h). IPK : 3,19 i). Lama Studi : 3 Tahun 10 Bulan j). Alamat Orang Tua : Komplek PLTA Singkarak Lubuk Alung		

ANALISA PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BANK NAGARI CABANG BUKITTINGGI

Skripsi S - I Oleh Nanda Yulia Sari, Pembimbing DR. Ratri Prima Lita, SE, MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Nagari Cabang Bukittinggi. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan explanatory, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yaitu nasabah tabungan Bank Nagari Cabang Bukittinggi. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 (lima) kali indikator yaitu 5 x 13 indikator yang jumlahnya sebesar 75 sampel. Dari hasil pengujian Analisa Struktural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan software SmartPLS didapat hasil yang menunjukkan bahwa variabel kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas nasabah tabungan Bank Nagari Cabang Bukittinggi.

Skripsi telah dipertuhankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 01 Juni 2010, dengan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	DR. Ratri Prima Lita, SE,MM	Dra. Yanti, MM	Drs. John Edwar, MM

Mengetahui:
Ketua Jurusan Manajemen

DR. Harif Amali Rivai, SE, MSi
Nip.197110221967011001

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

		Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas:	Nama		Tanda Tangan
No. Alumni Universitas:	Nama		Tanda Tangan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Era globalisasi membuat segala sesuatu yang dibutuhkan untuk menunjang kebutuhan hidup bisa menjadi lahan usaha bagi pebisnis-pebisnis handal yang kreatif untuk bisa meraup keuntungan dari usaha yang dilakukannya.

Semakin berkembangnya dunia usaha akhir-akhir ini yang disertai dengan kemajuan teknologi dengan sendirinya akan mengakibatkan semakin tajamnya persaingan usaha baik usaha bidang industri, manufaktur, maupun pada perusahaan jasa.

Dari segala aspek bisnis yang menarik, bisnis perbankan juga sangat menggiurkan walaupun sudah banyak perusahaan (bank) yang ada yang merupakan badan usaha milik pemerintah maupun milik pribadi (swasta). Ini membuat persaingan untuk menarik perhatian, minat, memperoleh dan mempertahankan nasabah sangat ketat. Untuk itu, bank-bank yang ada berusaha herbenah memperbaiki diri. Mulai dari produk yang ditawarkan, diferensiasi produk, hingga fasilitas fisik dan penunjang yang dimiliki. Selain itu, bank juga menyediakan kontak person yang berfungsi sebagai sebagai tempat interaksi nasabah dengan bank yang lebih personal sehingga hubungan timbale balik antara bank dengan nasabahnya dapat terjaga dengan baik.

Pelayanan yang disediakan oleh bank akan menimbulkan tingkat kepuasan tersendiri bagi masing-masing nasabahnya yang akan menimbulkan

kepercayaan yang kemudian membentuk komitmen nasabah tersebut sehingga timbulah loyalitasnya terhadap bank.

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang diterima pelanggan. Apabila yang didapatkan oleh pelanggan melebihi harapannya maka pelanggan tersebut dapat meraih kepuasan, dan sebaliknya apabila harapan pelanggan lebih tinggi dari yang didapatkan maka pelanggan tersebut belum terpuaskan. Dalam hal ini perusahaan harus mampu meningkatkan kepuasan tersebut sehingga pelanggan tidak beralih kepada produsen lain untuk memenuhi kebutuhannya.

Kepuasan dan loyalitas nasabah merupakan aspek yang sangat strategis dalam rangka bertahan dan memenangkan persaingan bisnis yang kompetitif. Konsep pemasaran jasa telah mengalami kemajuan dan para peneliti banyak mengajukan pertanyaan yang fundamental yang menyangkut dengan hubungan antara kepuasan dan loyalitas nasabah.

Loyalitas memiliki pengertian sebagai sikap menyenangkan terhadap suatu produk yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk itu sepanjang waktu. Menurut Kotler, Hayes, dan Bloom dalam Marialis (2005:111) menyebutkan ada enam alasan mengapa institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggan. *Pertama:* pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan yang loyal akan memberikan keuntungan yang besar kepada institusi. *Kedua:* biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar berbanding dengan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. *Ketiga:* pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan kan percaya juga dalam urusan lainnya. *Keempat:* biaya operasi

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah artinya tingkat kepuasan nasabah sangat mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Nagari Cabang Bukittinggi.

6.2 Saran

Dari hasil penelitian, analisis dan kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. Karena pengaruh faktor kepuasan yang didapatkan melalui pelayanan yang diberikan oleh Bank menjadi pertimbangan nasabah untuk tetap menggunakan pilihan tabungan yang ditawarkan oleh Bank maka bank harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang berhubungan dengan kepuasan nasabahnya sehingga loyalitas nasabahnya dapat terjaga atau dipertahankan.
2. Hendaknya memperhatikan kendala-kendala yang akan timbul dengan melakukan riset lapangan terutama mencari tahu bagaimana kondisi dan strategi yang dilakukan oleh bank pesaing dalam menarik dan mempertahankan nasabahnya.
3. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan hanya sebanyak dua variabel saja, oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya lebih baik menggunakan lebih dari dua variabel

DAFTAR PUSTAKA

- Marialis. 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi. Cetakan Kesembilan. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- . 2001. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Buku 2. Salempat Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan AB. Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Buku 2. Salemba empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevi Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 12 Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat. Jakarta.
- . 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Mowen. H. 2001. *Perilaku Konsumen*, Jilid I. Penerbit. Andi. Yogyakarta.
- Rismiati, Catur. dan Bondan Sutrisno. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Kanisius. Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Pertama. Penerbit CV. Alpha Beta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Penerbit. Andy. Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekosinta. Yogyakarta.
- Fathioni, Abdurrahmant. 2006. *Organisasi dan MSDM*. Penerbit PT. Rineka Cipta. Jakarta