



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK CABANG PADANG**


Oleh:

SRI HANDAYANI
07 954 021

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2010**

	No. Alumni Universitas	SRI HANDAYANI	No. Alumni Fakultas
	<p align="center">BIODATA</p> <p>a) Tempat / Tgl. Lahir : Padang / 7 Maret 1987, b) Nama Orang Tua : Sahar Malik dan Nurbari, c) Fakultas : Ekonomi Program S1 Reguler Mandiri d) Jurusan : Manajemen e) No BP : 07954021 f) Tgl. Lulus : 1 Juni 2010 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,28 i) Lama Studi : 2 tahun 10 bulan j) Alamat Orang Tua : Jl. M. Pahlawan Kuranji Rt.3/Rw. 1 No. 43. Kel. Kuranji Kota Padang.</p>		
<p align="center">PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero) Tbk CABANG PABANG Skripsi S1 oleh Sri Handayani, Pembimbing DR. Ratni Prima Lita, SE, MM</p> <p align="center">Abstrak</p> <p>Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Padang. Data yang digunakan adalah data Primer berupa kuesioner yang disebarakan langsung pada nasabah Bank Negara Indonesia Cabang Padang yang kemudian diolah dengan menggunakan analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) dengan program SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Negara Indonesia cabang Padang yang ditunjukkan dengan <i>Observed t-value</i>nya 0,893096 kecil dari nilai t-tabel 1,3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Komitmen dimana <i>Observed t-value</i> 8,066210. Dan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah Bank Nagari dengan <i>Observed t-value</i>nya sebesar 4,386205</p> <p>Keyword : Kepercayaan, Komitmen dan Loyalitas</p>			

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 1 Juni 2010, telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si**
NIP. 197110221997011001

_____ Tanda Tangan

Alumnus telah terdaftar ke Fakultas / Universitas Andalas 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

Dewasa ini, persaingan dalam bisnis layanan jasa perbankan berkembang dengan sangat pesat. Beberapa tahun terakhir, industri perbankan khususnya di Sumatera Barat, diramaikan oleh pemain-pemain baru. Dimulai dari bank swasta nasional maupun asing, baik bank konvensional maupun yang menganut prinsip syariah. Bahkan Bank Perkreditan Rakyat tumbuh bak cendawan di musim hujan. Mereka bersaing untuk mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya dengan melakukan berbagai macam strategi.

Bisnis Perbankan adalah bisnis kepercayaan. Bank harus mampu memberikan rasa aman kepada nasabahnya terkait dana yang disimpan atau dikelola bank tersebut (Kusmayadi). Tahun 2009 adalah tahun yang cukup sulit bagi industri perbankan sebagai dampak krisis finansial global yang terparah sejak Great Depression 1929-1930 (Subhan : 2009). Pada tahun 2010 ini industri perbankan di Indonesia mulai bangkit dan menata kembali. Meskipun dampaknya tidak terlalu parah, tetapi berdasarkan survey yang dilakukan MarkPlus kepercayaan nasabah terhadap bank mengalami sedikit penurunan. Ditambah lagi kasus-kasus penggelapan uang nasabah seperti kasus Bank Century yang saat ini sedang marak diberitakan oleh media membuat kepercayaan nasabah semakin terpuruk. Hal ini membuat pihak industri/perusahaan jasa berlomba-lomba memberikan citra positif di mata para pelanggannya serta berusaha menarik pelanggan baru dan yang

tak kalah pentingnya adalah mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Karena mereka adalah asset terbesar perusahaan.

Namun, mencari nasabah yang loyal tidaklah mudah, seringkali beberapa nasabah kelihatannya loyal tapi jauh jauh di lubuk hatinya tidak loyal. Kepercayaan pelanggan dibutuhkan perusahaan untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Kepercayaan didefinisikan sebagai sikap atau harapan suatu pihak bahwa perilaku hubungan mitra dan hasilnya akan menjadi bermanfaat bagi kepercayaan itu sendiri (Walter et al,2001) dikutip oleh kusmayadi. Pada dasarnya kepercayaan timbul dari proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Dimensi kepercayaan digambarkan sebagai dimensi sebuah hubungan bisnis yang menentukan tingkatan bagi pihak masing-masing yang merasakannya, bersandar pada integritas janji yang ditawarkan oleh orang lain (Callaghan dan Shaw,2002 dalam kusmayadi).

Seperti halnya kepercayaan, komitmen perusahaan juga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Definisi komitmen dalam Zulganef (2002:103) yang didefinisikan oleh Moorman, sebagai hasrat (*desire*) untuk mempertahankan keterhubungan dalam jangka panjang (*enduring desire*). Komitmen pelanggan terhadap suatu perusahaan berpengaruh terhadap minat perilaku mereka pada masa yang akan datang.

Menurut Barney (2001:24) yang dikutip Endang, pelanggan yang terus berbisnis dengan perusahaan dalam jangka panjang lebih menguntungkan karena beberapa alasan. Pertama dibutuhkan biaya yang besar untuk merekrut dan melayani pelanggan untuk pertama kalinya karena perusahaan harus mengeluarkan biaya yang

BAB IV

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah.
Ini menunjukkan perlunya pengembangan kepercayaan nasabah terhadap bank untuk meningkatkan komitmen nasabah terhadap bank.
2. Kepercayaan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BNI Cabang Padang. Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung lebih kecil dari 1.3
3. Komitmen nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Negara Indonesia Cabang Padang. Dari tabel Struktural Model dapat kita lihat bahwa nilai T hitung lebih besar dari 1.3

6.2 Saran

1. Bagi Bank Negara Indonesia Cabang agar meningkatkan pelayanan sehingga meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank. Pengelolaan kepercayaan ditentukan sumber-sumber daya pemberi jasa, personal, teknologi dan yang digunakan supaya kepercayaan pelanggan pada sumber daya yang terlibat dan perusahaan itu sendiri, dipertahankan dan

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran* . Edisi 12. Diterjemahkan oleh Benyamin molan. Jakarta : PT. Indeks.
- Kuncoro, Mudradjad, P.hd. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta :Salemba Empat.
- Majalah Info Bank edisi Januari 2009.
- Mowen, John.C, Michael Minor. 2002. *Perilaku konsumen*. Edisi Kelima. Jakarta : Erlangga
- Nazir, Muhammad. 2003. *Metode Penelitian*. Cetakan Kelima. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Prima Lita, Ratni, 2010. *Usul Penelitian Fundamental*. Universitas Andalas Padang
- Rahardja, Pratama.1997. *Uang dan Perbankan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sugiono, Prof. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung :CV. Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2002. "*Structural Equation Modeling : metode alternatif dengan partial least square*". Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kusmayadi, Tatang. 2006. Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah tabungan. *Jurnal Manajemen*.
- Prima Lita, Ratni. 2009. Model Hubungan *contact personnel, physical environment*, kepuasan, kepercayaan, komitmen dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen*.
- Garbarino, Ellen and Mark S Johnson. 1999. The Different Roles Of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. *Journal Of Marketing*. 63:70-87.