



**UNIVERSITAS ANDALAS  
FAKULTAS EKONOMI**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KOMITMEN NASABAH PT. BANK NAGARI  
CABANG BUKITTINGGI**

Oleh:

**HUTRI RIFQA MAHMUDA**  
**06 954 060**

**Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen**

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

**PADANG  
2011**

	No Alumni Universitas	HUTRI RIFQA MAHMUDA	No Alumni Fakultas
<b>BIODATA</b>			
<p>a). Tempat/Tgl Lahir : Bukittinggi/ 17 Agustus 1983 b). Nama Orang Tua : Drs. Agus Syarif (Alm) c). Fakultas : Ekonomi d). Jurusan : Manajemen e). No.Bp : 06954060 f). Tanggal Lulus : 27 Januari 2011 g). Predikat lulus : Sangat Memuaskan i). Lama Studi : 4 tahun 3 bulan j). Alamat Orang Tua : Jln. Merapi No. 15 ex. Kompleks APDN 286</p>			

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KOMITMENT NASABAH  
PT. BANK NAGARI CABANG BUKITTINGGI**

Skripsi S-1 Oleh : **HUTRI RIFQA MAHMUDA** Pembimbing : **DR. Ratni Prima Lita, SE. MM**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap komitmen nasabah PT. Bank Nagari Cabang Bukittinggi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan explanatory. Metode pengumpulan data adalah metode survey dengan menyebarkan daftar pertanyaan. Analisa data dilakukan dengan analisa regresi berganda dengan bantuan program SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan (X1) berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah (Y) PT. Bank Nagari Cabang Bukittinggi Sedangkan untuk variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap komitmen nasabah (Y) PT. Bank Nagari Cabang Padang karena dari hasil analisa regresi untuk kepercayaan diperoleh nilai thitung lebih kecil dari ttabel. Nilai *Path Coefficient* berilai positif menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kepuasan dan kepercayaan dengan komitmen nasabah, artinya semakin tinggi tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah maka semakin tinggi pula komitmen nasabah pada PT. Bank Nagari Cabang Bukittinggi.

**Kata kunci: kepuasan, kepercayaan dan komitmen nasabah**

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 22 Januari 2011, dengan penguji :

<b>Tanda Tangan</b>	1. 	2.	3.
<b>Nama Terang</b>	DR. Ratni Prima Lita, SE. MM	Yanti, SE. MM	Hendra Lukito, SE. MM

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemeni

**DR. Harif Amali Rivai, SE.MSi**  
NIP. 197110221997011001

\_\_\_\_\_  
TandaTangan

Alumnus telah mendaftarkan ke fakultas dan telah 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**

Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh sangat pesat. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa yang baru sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan berbagai industri seperti asuransi, penerbangan, telekomunikasi dan perbankan. Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia usaha seperti usaha perbankan harus memperhatikan segala aspek yang mempengaruhi kepercayaan nasabah untuk menggunakan jasa bank.

Di Indonesia persaingan antar bank memunculkan era baru perbankan yaitu era yang dinamis dimana tingkat persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat baik di pasar domestik maupun pasar internasional, khususnya persaingan bisnis antar jasa layanan bank. Banyaknya bank menyebabkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat. Untuk itu setiap perusahaan jasa perbankan harus memiliki keunggulan kompetitif yang di capai melalui pengelolaan dan pemanfaatan sumber-sumber keunggulan perusahaan misal, baik berupa sumber daya fisik, kemampuan teknologi, sistem yang baik dan tepat, kualitas pelayanan,

kemudahan dalam bertransaksi dan kecepatan respon dalam menangani keluhan, tingkat suku bunga yang menarik, jaminan keamanan terhadap dana yang disimpan, fitur-fitur yang beragam dan menarik, tingkat kehandalan produk serta adanya undian merupakan beberapa faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih suatu bank tanpa menemukan dan mengelaborasi berbagai keunggulan sulit rasanya bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan.

Dalam mempersiapkan diri menghadapi persaingan tersebut, maka bank-bank harus jeli dalam melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan dari nasabah. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan jasa berkualitas dengan biaya yang lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dan dapat memuaskan kebutuhan nasabah sehingga timbul komitmen dan loyalitas.

Secara umum fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan. Secara spesifik fungsi pertama bank adalah sebagai berikut:

1. *Agent of Trust* yaitu dasar utama kegiatan perbankan adalah trust atau kepercayaan, baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana.
2. *Agent of Development* yaitu kegiatan utama perbankan untuk memperlancar kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi.
3. *Agent of Service*, disamping melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran jasa-jasa perbankan yang lain kepada masyarakat. Jasa-jasa yang ditawarkan bank ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Dari rumusan masalah pada penelitian ini didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah pada PT. Bank Nagari Cabang Bukittinggi. PT. Bank Nagari Bukittinggi harus lebih memperhatikan variabel dari kepuasan seperti pelayanan yang ditawarkan, sikap secara umum, kenyamanan berurusan dengan pihak bank, perhatian yang diberikan bank secara keseluruhan. Apabila hal ini terpenuhi akan mempengaruhi komitmen nasabah untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan PT. Bank Nagari Cabang Bukittinggi dengan menggunakan Bank ini sebagai tempat menyimpan dana dan kegiatan perbankan lainnya.
2. Variabel kepercayaan seperti bank dipercaya sebagai tempat menyimpan dana, bank dipercaya dengan kualitas peralatan yang dimiliki, dan bank dipercaya akan memberikan pelayanan yang terbaik tidak memberikan yang signifikan terhadap komitmen nasabah PT. Bank Nagari Cabang Bukittinggi. Hal ini bisa diperbaiki oleh pihak bank dengan memperhatikan keramahan karyawan, daya tanggap karyawan, kecepatan dan kemudahan menemui pihak bank agar mendapatkan kepercayaan nasabah menggunakan jasa bank ini dalam jangka panjang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani,C (2009), *Pengaruh Implementasi Program Bauran Pe,asaran Tabungan Sikoci Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Utama Padang, Padang. Master Tesis magister Manajemen Universitas Andalas*
- Kotler Philip, *Marketing Management*, Eleventh Edition, Prentice Hall International, 2003
- Manullang, I (2008), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Airlines Di Bandara Polonia Medan. Tesis Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara*
- Modul Manajemen Jasa 1, Bab I, Manajemen Pemasaran Jasa.
- Prima Lita, R (2009). *Model Hubungan Contact Personal, Physical Environment, Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Sektor Perbankan di Sumatera barat)*
- Primarosi (2008), *Analisa Hubungan Kepuasan Pelanggan Dan Word Of mouth (WOM) Serta dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Nagari Cab. Utama Sumatera Barat. Master Tesis magister Manajemen Universitas Andalas.*
- Rizaldi, I (2009), *Pengaruh Brand Equity Terhadap Loyalitas Pelanggan Berlangganan Tabloid Olahraga Bola di kota Padang. Master Tesis Magister Manajemen Universitas Andalas.*
- Rofiq, A (2005), *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia). Tesis Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.*
- Sulistia Ningrum, E (2005), *Pengaruh Economic Content, Resource Content, dan Social Content terhadap Kepercayaan, Kepuasan dan Komitmen serta Relationship Intention Debitur Bank Sumut di Sumatera Utara.*