

**HUBUNGAN KEPUASAN, KEPERCAYAAN, DAN
RELATIONSHIP VALUE DENGAN KOMITMEN NASABAH
PADA PT. BANK PANIN CABANG TROPODO**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Wurie Ardhiani Putri
01212154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA**

2016

SKRIPSI

HUBUNGAN KEPUASAN, KEPERCAYAAN, DAN *RELATIONSHIP* VALUE DENGAN KOMITMEN NASABAH PADA PT. BANK PANIN CABANG TROPODO

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Derajat Sarjana Ekonomi*



Disusun Oleh:
WURIE ARDHIANI PUTRI
01212154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA
2016**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wurie Ardhiani Putri
NIM : 01212154
Program Studi : Management
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Hubungan Kepuasan, Kepercayaan, Dan *Relationship Value* Dengan Komitmen Nasabah Pada PT. Bank Panin Cabang Tropodo

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya
Pada tanggal : 06 Agustus 2016
Yang menyatakan

Meteri Rp.6000

(Wurie Ardhiani Putri)
01212154

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wurie Ardhiani Putri
NIM : 01212154
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Management

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Hubungan Kepuasan, Kepercayaan, Dan *Relationship Value* Dengan
Komitmen Nasabah Pada PT. Bank Panin Cabang Tropodo**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Surabaya , 06 Agustus 2016

Pembuat Pernyataan,

Materei Rp.6000,-

Wurie Ardhiani Putri
01212154

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN ABSTRAK.....	viii
HALAMAN ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Penelitian.....	10
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Rerangka Teori	13
2.3 Kerangka Konsep Penelitian	30
2.3 Hipotesis	31
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data	33
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	36
3.5 Teknik Analisa Data	39
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Operasional.....	43
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	54
4.3 Analisa data	56
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	62

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah	6
Tabel 1.2 Jumlah Kantor Cabang PT. Bank Panin (Tbk) di Surabaya	7
Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Disain Instrumen Penelitian	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	47
Tabel 4.5 Kategori Mean dari Skor Interval	49
Tabel 4.6 Tanggapan Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan	49
Tabel 4.7 Tanggapan Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	50
Tabel 4.8 Tanggapan Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>R Value</i>	51
Tabel 4.9 Tanggapan Jawaban Responden Terhadap Variabel Komitmen	52
Tabel 4.10 Rekapitulasi Tanggapan Jawaban Responden Terhadap Variabel Komitmen	53
Tabel 4.11 Item-Total Statistics	58
Tabel 4.12 Reliability Statistics	56
Tabel 4.13 Tabel Korelasi	57
Tabel 4.14 Hubungan Kepuasan, Kepercayaan, Relationship Value dengan Komitmen	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	16
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	30



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3. Hasil Output SPSS



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Kepuasan berhubungan secara signifikan dengan variabel Komitmen. Dan memiliki arah hubungan kepuasan dan komitmen adalah positif.
2. Variabel Kepercayaan berhubungan secara signifikan dengan variabel Komitmen. Dan memiliki arah hubungan kepercayaan dan komitmen adalah positif.
3. Variabel Relationship Value berhubungan secara signifikan dengan variabel Komitmen. Dan memiliki arah hubungan relationship value dan komitmen adalah positif

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan maka saran-saran yang dapat diberikan peneliti adalah :

1. PT. Bank Panin Cabang Tropodo harus senantiasa memperbaiki kualitas produk barang atau jasa yang diberikan dimana PT. Bank Panin Cabang Tropodo harus terus berusaha dalam pemenuhan harapan dan kesesuaian dengan kebutuhan pelanggan sehingga tercipta kepuasan nasabah. Hal yang disarankan dilakukan oleh pihak PT. Bank Panin Cabang Tropodo adalah memberi pelayanan terbaik melalui kualitas produk, perbaikan Fasilitas seperti


tempat parkir dan ruang tunggu. Bank harus responsif dalam melayani nasabah yang akan bertransaksi sehingga tidak merasa bosan saat menunggu/antri melakukan transaksi.

2. Kepercayaan pelanggan terhadap PT. Bank Panin Cabang Tropodo harus terus ditanamkan. Demi meningkatkan komitmen hubungan yang lebih baik Bank harus lebih memperhatikan nasabah dengan melakukan survei alasan penurunan kepercayaan terhadap para nasabah dan mengembalikan rasa percaya mereka dengan pemenuhan harapan nasabah. Hal yang disarankan dilakukan bank adalah pemberian informasi yang jelas kepada para nasabah, memperhatikan kepentingan nasabah dan penanganan keluhan yang cepat dan tepat saat nasabah memberi keluhan terhadap Bank.

3. *Relationship Value* merupakan faktor utama yang mempengaruhi komitmen nasabah pada penelitian ini. Artinya diantara tiga variabel lainnya, *Relationship Value* memiliki peranan paling besar dalam menciptakan komitmen nasabah. Pihak PT. Bank Panin Cabang Tropodo harus mempertahankan inerja pemenuhan kebutuhan nasabah akan nilai manfaat pada *relationship value* yaitu manfaat ekonomi (kesesuaian antara biaya dengan manfaat yang jelas dirasakan oleh nasabah), manfaat keamanan (perasaan aman akan tabungan oleh para nasabah), dan manfaat sosial (perlakuan karyawan atau staff Bank terhadap para nasabah yang dirasakan jelas oleh para nasabah ketika melakukan transaksi di bank). Bank juga harus terus berusaha untuk memberikan dan mencari manfaat-manfaat lain yang diharapkan dan dirasakan jelas oleh para nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Lutfi, 2011. "Pengaruh Komitmen Relasi, Kualitas Layanan dan kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen".
- Bearden, Wiliam O., Thomas N. Ingram, dan Raymon W. LaForge, 2001. Marketing Principles and Perspectives, 3rd Edition, McGraw-Hill Irwin, United State.
- Chan, Syafruddin, 2003. Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ellena, Frieda, 2011. "Analisi Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah Studi pada Nasabah PT.BRI (Persero0 Tbk. Cabang Pamalang)".
- Ferdinand A, 2000. Structural Equation modelling dalam Penelitian manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ginting, Paham dan Syafrizal H Situmorang, 2008. Filsafat dan Mertode Riset. USU Press.
- Griffin, Jill, 2003. Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Erlangga, Jakarta.
- Hasan, Ali.2009. Marketing. Cetakan Pertama, Medpress, Yogyakarta.
- Jogiyanto, 2004. Metodologi Penelitian Bisnis. BPFE, Yogyakarta
- Kartajaya, Hermawan. 1995, Marketing Plus , Jakarta , Mark Plus.
- Kotler,Philip dan Kevin L keller, 2009. Manajemen Pemasaran. PT Macanan Jaya Cemerlang, Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad, 2009. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 3, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa : teori dan praktek. edisi pertama, salemba empat , Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2004. Manajemen Pemasaran Jasa:Teori dan praktek. PT Salemba Empat, Jakarta
- Manurung, Mandala dan prathama rahardja, 2004. Uang , Perbankan dan Ekonomi Moneter. FE UI, Jakarta
- Mowen, John,C & Minor, Michael. 2002. Perilaku Konsumen Jilid II (Edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: Erlangga.

Muhadi, 2007. Analisis pengaruh kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasional Dalam Mempengaruhi Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Administrasi Universitas Diponegoro)”.


Palilati, Alida. 2003. “Pengaruh Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan perbankan di wilayah etnik Bugis”.

Pratiwi, Ririn Titi, 2010. Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kepercayaan akan Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Simpati di Kota Solo.

Setya, Budi Indra, 2010. Pengaruh Kepuasan nasabah, kepercayaan Nasabah dan reputasi bank terhadap Retensi pada bank Central Asia di Surabaya.

Situmorang, Syafrizal Helmi, et al., 2008. Analisis Data penelitian (Menggunakan Program SPSS). Terbitan Pertama, USU Press, Medan.

Sugiyono, 2008 . Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabet

Sukardi, 2006. Penelitian Kualitatif-Naturalistik. Dalam Pendidikan, Yogyakarta

Sunarto, 2004. Prinsip-Prinsip pemasaran. Edisi kedua, penerbit amus, Yogyakarta & UST press, Yogyakarta

Supranto, J.2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan Pangsa Pasar. Cetakan Kedua Edisi Baru, Rineka Cipta, Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. Service Management. Jakarta Timur : Prenada Media. Triandaru dan Budi santoso Bank dan lembaga keuangan lainnya

Zethaml, Valarice A dan Mary Jo Bitner. 2000. Service marketing , Mcgraw-Hill, Co.Inc.new york