

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HUBUNGAN
PEMASARAN PELANGGAN, DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK RAKYAT
INDONESIA TBK CABANG HR. MUHAMMAD SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

Achmad Adi Gunawan

NPM : 13420231

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2018**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Achmad Adi Gunawan
NPM : 13420231
Alamat : Jl. Ratu Ayu no 69 Wage Taman Sidoarjo
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HUBUNGAN PEMASARAN PELANGGAN, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA TBK CABANG HR. MUHAMMAD SURABAYA" adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sumbaya, 19-02-2018

Yang membuat pernyataan



(Achmad Adi Gunawan)
NPM : 13420231

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HUBUNGAN
PEMASARAN PELANGGAN, DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK RAKYAT
INDONESIA TBK CABANG HR. MUHAMMAD SURABAYA

Diajukan oleh :

Achmad Adi Gunawan

NPM : 13420231

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dwi Indah Mustikerini, SE., MM.

Tanggal, 19-02-2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.

Tanggal, 19-02-2018

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HUBUNGAN PEMASARAN
PELANGGAN, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA TBK
CABANG HR. MUHAMMAD SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Achmad Adi Gunawan

NPM : 13420231

Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing



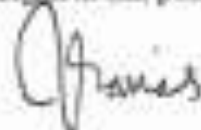
Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Ketua tim penguji



Wiwik Herawati, SE., MM

Anggota tim penguji



Evianah, SE., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 19 - 02 - 2023



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-NYA, sehingga penulis mendapatkan kekuatan untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HUBUNGAN PEMASARAN PELANGGAN, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA TBK CABANG HR. MUHAMMAD SURABAYA”**. Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai syarat dalam menyelesaikan studi pada program Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Selama proses pembuatan skripsi ini, berbagai hambatan dan kesulitan telah penulis hadapi. Namun, berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu diantaranya :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr.Sp.THT-KL(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Lestari, SE., MM. selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.

5. Bu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM. selaku pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan bersedia meluangkan waktunya.
6. Bapak dan Ibu dosen fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna bagi peneliti.
7. Seluruh staff tata usaha, petugas perpustakaan, dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Abah dan ibu yang saya sayangi dan hormati atas semua pengorbanan baik moril dan materil, motivasi serta doanya. Atas semua kasih sayangmu yang tak terukur nilainya.
9. Responden yang bersedia meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner agar skripsi ini terselesaikan dengan baik.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang juga telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis miliki. Oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, .. Februari 2018

Penulis

Achmad Adi Gunawan
NPM : 13420231

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Jasa.....	9
2.1.3 Perbankan.....	11
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.4.1 Dimensi Pokok Kualitas pelayanan	13
2.1.5 Hubungan Pemasaran Pelanggan (CRM)	14
2.1.5.1 Pengertian <i>Customer Relationship Marketing</i> (CRM). ..	14
2.1.5.2 Tujuan dan Manfaat dari <i>Customer Relationship</i> <i>Marketing</i> (CRM)	15
2.1.5.3 Penerapan <i>Customer Relationship Marketing</i>	15

2.1.5.4 Indikator <i>Customer Relationship Marketing</i>	16
2.1.6 Kepercayaan Merek	17
2.1.6.1 Pengertian kepercayaan Merek.....	17
2.1.6.2 Konsep Kepercayaan Pada Merek.....	18
2.1.6.3 Indikator Kepercayaan Merek	19
2.1.7 Loyalitas Pelanggan	20
2.1.7.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	20
2.1.7.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	21
2.1.7.3 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	22
2.1.7.4 Jenis-jenis Loyalitas pelanggan	24
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.2.1 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah	25
2.2.2 Hubungan Antara Hubungan Pemasaran Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah	26
2.2.3 Hubungan Antara Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Nasabah	27
2.3 Penelitian Sebelumnya	27
2.4 Hipotesis dan Model Analisis.....	28
2.4.1 Hipotesis	28
2.4.2 Model Analisis Dan Kerangka Berfikir	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Identifikasi Variabel	31
3.4 Definisi Operasional	32
3.5 Jenis dan Sumber Data	37
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	37
3.7 Uji Validitas dan Realiabilitas	38

3.8 Teknik Analisis	39
3.9 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	39
3.10 Uji Hipotesa	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1 Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	44
4.1.2 Visi Dan Misi	46
4.1.3 Struktur Organisasi Bank BRI	47
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden	48
4.2.1.1 Identitas Responden Berdasarkan jenis Kelamin	49
4.2.1.2 Identitas Responden Berdasarkan usia	49
4.2.1.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.2.1.4 Identitas Responden Berdasarkan lama Menjadi Nasabah	51
4.2.2 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian	52
4.2.2.1 Deskripsi Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	53
4.2.2.2 Deskripsi Mengenai Hubungan Pemasaran Pelanggan (X_2)	53
4.2.2.3 Deskripsi Mengenai Kepercayaan Merek (X_3)	54
4.2.2.4 Deskripsi Mengenai Loyalitas Nasabah (Y)	55
4.3 Hasil Analisis Data	55
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas	55
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	56
4.3.3 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	57
4.3.3.1 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linier Berganda ...	57
4.3.3.2 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	59
4.3.4 Pengujian Hipotesis	60
4.3.4.1 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	60
4.3.4.2 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	61
4.4 Pembahasan	65

BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	68
5.1 Simpulan.....	68
5.2 Saran	68
5.2 Keterbatasan	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	28
Tabel 4.1 Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Data Identitas Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Data Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.4 Data Identitas Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	51
Tabel 4.5 Kategori Mean Masing-masing Variabel.....	52
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)..	53
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Hubungan Pemasaran Pelanggan (X_2).....	54
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Merek (X_3)	54
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Nasabah (Y) ...	55
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Masing-masing Variabel	56
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas	57
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji F.....	60
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji t.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis	29
Gambar 3.1 Kurva Distribusi F.....	41
Gambar 3.2 Kurva Distribusi t	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank BRI.....	48
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji F.....	61
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	63
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Pengaruh Pemasaran Pelanggan (X_2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y).....	64
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Pengaruh Kepercayaan Merek (X_3) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y).....	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Input Olah Data SPSS
- Lampiran 3 : Output Olah Data SPSS
- Lampiran 4 : Tabel F dan tabel t

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas layanan, hubungan pemasaran pelanggan, dan kepercayaan merek secara simultan dan parsial terhadap loyalitas nasabah PT BANK BRI Cabang HR. Muhammad Surabaya.

Variabel bebas dalam penelitian ini kualitas layanan, hubungan pemasaran pelanggan, dan kepercayaan merek. Sedangkan variabel terikat adalah loyalitas nasabah PT BANK BRI Cabang HR. Muhammad Surabaya. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 73 orang. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas.

Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel, hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan “kualitas layanan, hubungan pemasaran pelanggan, dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BANK BRI Cabang HR. Muhammad Surabaya” dapat didukung kebenarannya. Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan “kualitas layanan, hubungan pemasaran pelanggan, dan kepercayaan merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BANK BRI Cabang HR. Muhammad Surabaya” dapat didukung kebenarannya.

Kata Kunci: kualitas layanan, hubungan pemasaran pelanggan, kepercayaan merek dan loyalitas nasabah.

ABSTRACTION

The purpose of this study is to examine the effect of service quality, customer relationship marketing, and brand trust simultaneously and partially to customer loyalty PT BANK BRI cabang HR. Muhammad Surabaya.

The independent variables in this study are service quality, customer marketing relationships, and brand trust. While the dependent variable is customer loyalty PT BANK BRI cabang HR. Muhammad Surabaya. In this research, the determination of the sample is done by non probability sampling method with purposive sampling procedure. The sample used is 73 people. Prior to hypothesis testing conducted reliability and validity test.

The result is all valid and reliable variables, F test result shows $F_{count} > F_{table}$ with 0.000 significance. Thus the hypothesis that "quality of service, customer relationship marketing, and brand trust simultaneously significantly influence customer loyalty PT BANK BRI cabang HR. Muhammad Surabaya" can be supported by the truth. Result of t test show each variable with significance less than 0,05. Thus the hypothesis which states that "service quality, customer relationship marketing, and brand trust partially have a significant effect on customer loyalty PT BANK BRI cabang HR. Muhammad Surabaya" can be supported by the truth.

Keywords: *service quality, customer relationship marketing, brand trust, customer loyalty*