

**PENGARUH KEPUASAN, CITRA PRODUK, KEPERCAYAAN
TERHADAP KOMITMEN DAN LOYALITAS
NASABAH BANK BRI
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



OLEH :

WHENNA UTAMI

NIM : 2010250803

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS SURABAYA

2013

**PENGARUH KEPUASAN, CITRA PRODUK, KEPERCAYAAN
TERHADAP KOMITMEN DAN LOYALITAS
NASABAH BANK BRI
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

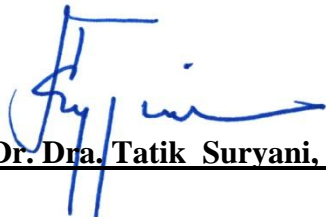
WHENNA UTAMI

NIM : 2010250803

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 5 Februari 2013



Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M

Co. Dosen Pembimbing

Tanggal : 5 Februari 2013



Dra. Ec. Aniek. MI. M. Si

SKRIPSI

**PENGARUH KEPUASAN, CITRA PRODUK, KEPERCAYAAN
TERHADAP KOMITMEN DAN LOYALITAS
NASABAH BANK BRI
DI SURABAYA**

Disusun oleh

WHENNA UTAMI

2010.250.803

Dipertahankan di depan Tim Penguji

Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi

Pada tanggal 19 Februari 2013

Tim penguji

Ketua : Drs.Ec. Herizon, M.Si

Sekretaris : Prof. Dr.Dra.Tatik Suryani.Psi., M.M

Anggota : Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Whenna Utami
Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 29 Desember 1988
N.I.M : 2010250803
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Kepuasan, Citra produk, Kepercayaan Terhadap Komitmen dan Loyalitas Nasabah Bank BRI di Surabaya.

Disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :2013



Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M

Co. Dosen Pembimbing,
Tanggal :2013



Dra. Ec. Aniek. MI. M.Si

Ketua Program Studi S1 Manajemen
Tanggal :2013



Mellyza Silvi, SE., M.Si

MOTTO

*Ilmu itu lebih baik daripada harta.
Ilmu itu menjaga engkau dan engkau
menjaga harta.
Harta itu berkurang bila dibelanjakan
tetapi ilmu bertambah bila dibelanjakan.
(Khalifah Ali bin AbiThalib)*

*Orang-orang yang berhenti belajar
akan menjadi pemilik masa lalu.
Orang-orang yang terus belajar
akan menjadi pemilik masa depan.
(Mario Teguh)*

*Tak ada rahasia untuk menggapai sukses.
Sukses dapat terjadi karena persiapan, kerja
keras,
dan mau belajar dari kegagalan.
(Collin Powell)*

*Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi
ketika
kesempatan bertemu dengan kesiapan.
(Thomas A. Edison)*

*Bila Anda tidak tahu, belajarliah.
Bila Anda tidak bisa, bersungguh-
sungguhlah.
Bila sesuatu itu mustahil bagi anda,
cobalah.*

*Ilmu pengetahuan tanpa agama lumpuh,
agama tanpa ilmu pengetahuan buta.
(Albert Einstein)*

*Ilmu pengetahuan itu tidak akan
memberikan sebagian dirinya kepadamu
sampai engkau memberikan seluruh dirimu
kepadanya.
(pepatah)*

*Bila Anda senang menunda-nunda,
Anda tidak akan pernah punya waktu.*

*Masa depan Anda akan lebih tergantung
dari apa yang Anda kerjakan pada masa
senggang daripada, masa Anda bekerja.*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini khusus kupersembahkan untuk orang-orang yang sangat berarti dari awal kuliah sampai aku dinyatakan lulus sebagai seorang sarjana...

1. Pertama untuk Allah SWT, terima kasih telah menghadirkan orang-orang yang luar biasa baiknya buat aku. Dan aku yakin sampai akhir hayatku aku masih membutuhkan mereka.
2. Kepada "Papa dan Mama". Kalian adalah motivasiku. Siang malam mendoakan aku agar aku diberi kelancaran dalam proses mengerjakan skripsi.
3. Buat keluargaku " Mas Pringgo, Mbak Fika, Dek ajik, Dek Rasya dan Dek Adin yang selalu memberikan semangat dan selalu perhatian buat aku selama jauh dari keluarga.
4. Kepada "Bu Emma" dan "Bu Meliza", dengan bantuan Ibu, saya bisa skripsi di semester 5.
5. Buat "Diditku", yang selalu memberikan semangat, mendengarkan keluh kesahku, banyak membantu selama aku jauh dari keluarga.

6. Kepada "Bapak BasukiRachmat", selaku Dosen Pembimbing, yang banyak memberikan ilmu baru khususnya tentang AMOS, SPSS, dan teori-teori dalam ilmu pemasaran.
7. Kepada "Bapak Horizon" dan "Bapak Basuki Rachmat", selaku dosen penguji, yang juga memberikan banyak masukan setelah sidang, dan terima kasih juga tidak dipersulit untuk ACC revisi-nya.
8. Buat "Nurul handogo" teman 1 bimbingan yang sering berbagi ilmu dan perhatian ma aku. Dan makasi juga udaditungguin pas sidang.
9. Buat "Magdalena ", teman 1 bimbingan yang sudah memberikan tempat untuk proses pengerjaan skripsi sampai selesai. Serta masukan-masukan yang sangat bermanfaat selama proses pengerjaan skripsi.
10. Buat Anissa, Dwi, Tika, Angga, M.rifa'i, dan masih banyak lagi teman-teman yang lain, terima kasih atas kerjasamanya selama ini.
11. Kepada para dosen S1 Manajemen Perbankan, Pak Ali, Pak Wiwid, Pak Edy, Pak Herizon,Pak Didik, Pak Hartono, Pak Sugeng, dll yang tidak saya sebutin, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan. Bapak dan Ibu adalah inspirator langkah saya menuju hari esok

dalam pengabdian saya pada ilmu yang membesarkan saya
"Manajemen Perbankan".

12. Dan masih banyak yang belum aku sebutin, mohon maaf karena sudah capeknetiknya. Terima kasih sebanyak-banyaknya. Sukses buat kalian semua...

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan anugerah yang diberikan Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan Nasabah, Citra Produk, Kepercayaan Terhadap Komitmen dan Loyalitas Nasabah Bank BRI di Surabaya”. Skripsi ini di susun guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Konsentrasi Perbankan di STIE Perbanas Surabaya.

Pada kesempatan ini dengan penuh ketulusan hati, perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini, yaitu :

1. Ibu. Prof. Dr.Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M selaku ketua STIE Perbanas Surabaya sekaligus dosen pembimbing yang sangat berperan besar atas selesainya penulisan skripsi ini karena telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan pengetahuannya kepada penulis.
2. Ibu Dra. Ec. Aniek MI, M.Si selaku Co. Dosen Pembimbing yang selalu sabar memberikan pengarahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Mellyza Silvy, S.E, M.Si, selaku Ketua Jurusan Program Studi S1 Manajemen STIE Perbanas Surabaya.

4. Ibu Emma Julianti, S.E., M.M, selaku dosen wali yang memberikan pengarahan selama studi.
5. Bapak dan ibu dosen bersama civitas akademik STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan mendidik dan membimbing penulis ketika menempuh kuliah di STIE Perbanas Surabaya.
6. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah membantu dalam penulisan skripsi
7. Seluruh Civitas Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Akhirnya kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkan dan penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar- besarnya jikalau selama ini ada kesalahan yang penulis lakukan terutama pada saat pembuatan Skripsi ini .

Surabaya, Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTO	vi
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan Proposal	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	18
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	32
3.2 Batasan Penelitian	33
3.3 Identifikasi Variabel	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.6 Instrumen Penelitian	39
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	40
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	40
3.9 Teknik Analisis Data	41
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	46
4.2 Analisis Data	51
4.3 Pembahasan	77
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Keterbatasan Penelitian	86
5.3 Saran	86
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Customer Satisfaction Index Dengan Pangsa Produk Tabungan Tahun 2009-2011 (Prosentase).....	3
Tabel 1.2	Customer Loyalty Index Dengan Pangsa Produk Tabungan tahun 2009-2011 (Prosentase)	4
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	17
Tabel 3.1	Interval Kelas.....	37
Tabel 3.2	Kisi- Kisi Pertanyaan Kuesioner	39
Tabel 3.3	Goodness Of Fit Indices	44
Tabel 4.1	Interval Kelas	52
Tabel 4.2	Hasil Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Nasabah.....	52
Tabel 4.3	Hasil Tanggapan Responden Variabel Citra Produk	53
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan Nasabah	54
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Variabel Komitmen Nasabah	55
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Nasabah	56
Tabel 4.7	Uji Normalitas	58
Tabel 4.8	Outlier Univariate	60
Tabel 4.9	Loading Factor dan Nilai CR Indikator Kepuasan Nasabah	62
Tabel 4.10	Loading Factor dan Nilai CR Indikator Citra Produk.....	63
Tabel 4.11	Loading Factor dan Nilai CR Indikator Kepercayaan Nasabah	64
Tabel 4.12	Loading Faktor dan Nilai CR Indikator Komitmen Nasabah	65
Tabel 4.13	Loading Factor dan Nilai CR Indikator Loyalitas Nasabah	66
Tabel 4.14	Hasil Estimasi Model Uji CFA Multivariate.....	68
Tabel 4.15	Goodness -of -fit Full Structural Model Uji CFA Multivariate	69
Tabel 4.16	Modifikasi Indices Model	69
Tabel 4.17	Goodness- of -fit Model Uji CFA Revisi Modifikasi	70
Tabel 4.18	Hasil Estimasi Model Uji CFA	71
Tabel 4.19	Goodness -of -fit Full structural Model akhir.....	73
Tabel 4.20	Modifikasi Indices Model Akhir	73
Tabel 4.21	Hasil estimasi Model Akhir	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah ..	49
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Memakai Produk Tabungan Bank BRI	50
Gambar 4.6 Model CFA Variabel Kepuasan Nasabah	63
Gambar 4.7 Model CFA Variabel Citra Produk	64
Gambar 4.8 Model CFA Variabel Kepercayaan Nasabah	65
Gambar 4.9 Model CFA Variabel Komitmen Nasabah	66
Gambar 4.10 Model CFA Variabel Loyalitas Nasabah	67
Gambar 4.11 Model CFA <i>Full structural</i>	67
Gambar 4.12 Model <i>Full structural</i> Model Uji CFA Revisi Modifikasi	70
Gambar 4.13 Model <i>Full Struktural</i> Model Akhir Awal	72
Gambar 4.14 Model <i>Full Struktural</i> Model Akhir	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: Data Responden
Lampiran 3	: Tabulasi Data
Lampiran 4	: Output SPSS analisis Responden
Lampiran 5	: Output SPSS analisis deskriptif variabel
Lampiran 6	: Normalitas
Lampiran 7	: <i>Z-score</i>
Lampiran 8	: Model CFA Variabel Kepuasan
Lampiran 9	: Model CFA Variabel Citra Produk
Lampiran 10	: Model CFA Variabel Kepercayaan
Lampiran 11	: Model CFA Variabel Komitmen
Lampiran 12	: Model CFA Variabel Loyalitas
Lampiran 13	: <i>Full Struktural</i> Model CFA
Lampiran 14	: <i>Goodness Of-Fit</i> CFA <i>Multivariate</i>
Lampiran 15	: <i>Modifikasi indices</i>
Lampiran 16	: <i>Goodness-Of-fit full Struktural</i>
Lampiran 17	: <i>Full Struktural</i> Model Akhir
Lampiran 18	: <i>Goodness-of-fit</i> model akhir
Lampiran 19	: <i>Modifikasi Indices</i> model Akhir
Lampiran 20	: Hasil Estimasi Uji SEM Akhir
Lampiran 21	: Jadwal Penulisan Skripsi

**THE INFLUENCES OF THE SATISFACTION, PRODUCT IMAGE,
AND CONFIDENCE TO THE COMMITMENT AND LOYALTY**

ABSTRACT

Customer loyalty always remains a prime concern for business organization. The purpose of this research is to find the interrelationships between customer satisfaction, product image, trust to commitment and customer loyalty in the banking retail BRI bank in Surabaya. This study investigates the correlation between these factors and customer loyalty through hypotheses testing and the study sought to identify the most important attributes in bank settings, which may be used to review characteristics of the banks as experienced. The study was carried out by taking a sample of 125 respondents BRI Customer's. Data were collected through questionnaire containing 21 items the rater that used with 5 likert scale is to give the answer of respondents and analyzed with AMOS 20.0. Results of this research show that: 1. Customer satisfaction affect significant positive to commitment, 2. Customer satisfaction affect positive not significant to loyalty, 3. product image affect negative not significant to customer loyalty, 4. Trust affect positive significant to customer loyalty, 5. Commitment affect positive significant to loyalty. This study concludes that long-term success and sustainable reputation of an organization depends on customer loyalty.

Keywords: *Satisfaction, product image, trust, commitment and loyalty in Banking Sector*