

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH
TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM) MELALUI
LOYALITAS: PENELITIAN EMPIRIS PADA
DEBITUR SMALL MEDIUM BUSSINESS
PANIN BANK SURABAYA**

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pascasarjana



Oleh :

BAMBANG SUBIANTORO
2010610844

**PROGRAM PASCA SARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2013**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH
TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM) MELALUI
LOYALITAS: PENELITIAN EMPIRIS PADA
DEBITUR SMALL MEDIUM BUSSINESS
PANIN BANK SURABAYA**

Diajukan oleh :

**BAMBANG SUBIANTORO
2010.610.844**

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan :

Dosen Pembimbing
Tanggal : 04 April 2013



Dr. Basuki Rachmat, SE. MM

Co.Dosen Pembimbing
Tanggal : 04 April 2013



Dra. Ec. Sri Lestari, M.Si

TESIS

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM) MELALUI LOYALITAS: PENELITIAN EMPIRIS PADA DEBITUR SMALL MEDIUM BUSSINESS PANIN BANK SURABAYA

Disusun oleh

BAMBANG SUBIANTORO
2010.610.844

Dipertahankan didepan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
pada tanggal 06 April 2013

Tim Penguji :

Ketua : Dr. Drs. Sonny Harsono, M.Si

Sekretaris : Dr. Basuki Rachmat, SE. MM

Anggota : Dr. Drs. Yusak Anshori, MM

Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H



PENGESAHAN TESIS

Nama : BAMBANG SUBIANTORO
N.I.M : 2010.610.844
Program Pendidikan : Pasca Sarjana (Magister Manajemen)
Konsentrasi : Perbankan Umum
Judul : Pengaruh kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap Word Of Mouth (WOM) melalui loyalitas: penelitian empiris pada debitur Small Medium Bussiness Panin Bank Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :



Dr. Basuki Rachmat, SE. MM.

Co Dosen Pembimbing,
Tanggal :



Dra. Ec. Sri Lestari, M.Si.

Direktur Program Pasca Sarjana
Tanggal : 14-5-2013



Dr. Dra. Ec. Hj. Rr. Iramani, M.Si

HALAMAN MOTTO

Sudah terlampau banyak nikmat dan anugerah Allah Swt terhadap makhluk Nya, sudah sepatutnya dalam setiap tarikan dan hembusan nafas selalu bersyukur kepada Nya...

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt, atas segala kasih karunia Nya, sehingga tesis yang berjudul: PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM) MELALUI LOYALITAS: PENELITIAN EMPIRIS PADA DEBITUR SMALL MEDIUM BUSSINESS PANIN BANK SURABAYA, dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Perbanas Surabaya.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ungkapan dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang telah membantu serta mendukung proses pembuatan tesis ini. Penulis dengan kerendahan hati menyampaikan rasa hormat dan terima kasih secara khusus kepada :

1. Ibu Dr.Dra.Ec.Hj. Rr.Iramani, M.Si selaku Direktur Program Pasca Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Bpk Dr. Basuki Rakhmat,SE,MM dan ibu Dra.Ec Sri Lestari, M.Si selaku dosen pembimbing dan co.dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam penyusunan tesis ini.
3. Para Dosen dan Staf Program Pascasarjana, karyawan dan segenap civitas akademika STIE Perbanas Surabaya.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan angkatan VIII dan IX : Pak Jo (Timor Leste), Bindi, Rizal, om Firman, om Triton, Lukman, Yok, Anton, Widodo, Ayu Ashari, Ayu Larasati, Wilda, Caca, Jeng Ilda dan yang lainnya.
5. Para pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam rangka penyelesaian tesis ini.

Seperti dalam ungkapan, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari bahwa dalam tesis ini masih banyak kekurangan, saran yang membangun penulis harapkan dari semua pihak. Semoga tesis ini bisa menjadi sumbangsih bagi dunia perbankan.

Surabaya, April 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SIAP UJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DARTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 PenelitianTerdahulu.....	11
1 Abdul Naveed Tariq dan Nadia Moussaoui (2009) - <i>Journal</i>	11
2 Luis V Casalo, Carlos Flavian dan Miguel Guinaliu (2008) - <i>Journal</i>	12
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1.Pemasaran Jasa	17
2.2.2.Pengertian dan Tujuan Pemasaran Jasa Bank	18
2.2.3.Loyalitas Pelanggan	20
2.2.4.Konsep Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.4.1 Definisi Konsep Kepuasan Pelanggan	25
2.2.4.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	25

2.2.5 Definisi Kepercayaan	32
2.2.6 Informasi Lisan.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Rancangan Penelitian	44
3.2 Definisi Operasional & Pengukuran Variabe	45
3.2.1 Kepercayaan	45
3.2.2 Kepuasan Nasabah.....	45
3.2.3 Loyalitas nasabah.....	46
3.2.4 Informasi Lisan	47
3.3 Pengukuran Variabel	47
3.4 Populasi, Sampel, Teknik Sampling.....	48
3.5 Uji Validitas & Instrumen Penelitian	49
3.5.1 Pengujian validitas dan reliabilitas	50
3.5.2 Penyusunan instrumen	50
3.6 Prosedur Pengambilan Data.....	51
3.7 Prosedur Analisis Data	52
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN	56
4.2.1.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	57
4.2.1.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan	61
4.2.1.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas	63
4.2.1.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel WOM	67
4.1.2.1. Asumsi Structural Equation Model (SEM)	70
4.1.2.2. Analisis Konfirmatori Faktor (CFA)	75
4. Model Word of Mouth	82
4.1.2.3. Structural Equation Model (SEM)	85
4.2.1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas	88

4.2.2. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas	90
BAB V PENUTUP	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Keterbatasan Penelitian	94
5.3. Saran	95

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan kantor Bank Umum tahun 2007 – 2011	1
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian dahuludansekarang	15
Tabel 2.2	Instrumen Skala Likert	48
Tabel 2.3	Kisi-kisi Pengembangan Instrumen	51
Tabel 4.1	Interval Kelas	57
Tabel 4.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan	57
Tabel 4.3	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan	61
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas	64
Tabel 4.5	Tanggapan Responden terhadap Informasi Lisan	68
Tabel 4.6	Assesment of Normality	72
Tabel 4.7	Out lier Univariate	73
Tabel 4.8	Outlier Multivariate	75
Tabel 4.9	Kriteria Goodness of Fit Indices	76
Tabel 4.10	Loading Faktor	77
Tabel 4.11	Standarrized Loading Faktor	77
Tabel 4.12	Loading Faktor dan Nilai CR	79
Tabel 4.13	Standarized Loading Faktor Variabel Kepuasan	79
Tabel 4.14	Kriteria Goodness Variabel Loyalitas	80
Tabel 4.15	Loading Faktor Indikator Loyalitas	81
Tabel 4.16	Standarized Loading Faktor Variabel Kepercayaan	81
Tabel 4.17	Loading Faktor Variabel Informasi Lisan	83
Tabel 4.18	Standarized Faktor Variabel Informasi Lisan	83
Tabel 4.19	Goodness Model Struktur Awal	85
Tabel 4.20	Model Struktur Akhir	86
Tabel 4.21	Estimasi Parameter Struktur Akhir	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka Pemikiran Penelitian	43
Gambar 4.1	: Distribusi Indikator Keandalan	58
Gambar 4.2	: Distribusi Indikator Kejujuran	59
Gambar 4.3	: Distribusi Indikator Kepedulian	59
Gambar 4.4	: Distribusi Indikator Kredibilitas	60
Gambar 4.5	: Distribusi Indikator Kepuasan Karyawan	62
Gambar 4.6	: Distribusi Indikator Kepuasan Fasilitas Fisik	62
Gambar 4.7	: Distribusi Indikator Kemudahan	63
Gambar 4.8	: Distribusi Indikator Transaksi Berulang	65
Gambar 4.9	: Distribusi Indikator Merekomendasikan Orang Lain	65
Gambar 4.10	: Distribusi Indikator Menggunakan Jasa Lainnya	66
Gambar 4.11	: Distribusi Indikator Tak Terpengaruh Pesaing	67
Gambar 4.12	: Distribusi Indikator Menceritakan Hal Positif	68
Gambar 4.13	: Distribusi Indikator Merekomendasikan Jasa ke Orang lain	69
Gambar 4.14	: Distribusi Indikator Menyarankan Orang Lain	70
Gambar 4.15	: Model CFA Variabel Kepercayaan	76
Gambar 4.16	: Model CFA Variabel Kepuasan	78
Gambar 4.17	: Model CFA Variabel Loyalitas	80
Gambar 4.18	: Model CFA Informasi Lisan	82
Gambar 4.19	: Struktur Model Awal	84
Gambar 4.20	: Modifikasi Model Akhir	86

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Nilai ZScore
- Lampiran 4 : Nilai Mahalanobis Distance
- Lampiran 5 : Uji Normalitas
- Lampiran 6 : CFA Variabel Kepercayaan
- Lampiran 7 : CFA Variabel Kepuasan
- Lampiran 8 : CFA Variabel Loyalitas
- Lampiran 9 : CFA Variabel WOM
- Lampiran 10 : Full Model Awal dan Akhir

ABSTRACT

In banking era today there are many banks which offering various types of products and promising kinds of facilities and transaction easiness. Customer in this era faced with many of choices and all banks offering its best products and most profitable. It had made customer must be careful and prudently determined bank preferred because it must be complied with need to sustain his or her business.

The purposes of this research are to examined the effects of reliance variable on customer loyalty and satisfaction variable on customer loyalty as well as investigated loyalty variabel on word of mouth (WOM) for customers mainly small medium business (SMB) Panin Bank Surabaya.

Data in this research collected by using purposive sampling technique that are debtors of Panin Bank Surabaya as many as 150 customers of fund borrower. Sample taken convenience by easy taking with sharing to respondents who had contacted by the research but remain paying attention of criteria had determined. Respondent asked to fill out questionnaire with queries as many as 14 items followed numeric scale computation between number 1 to 5.

The result of this research analysis indicates that found significant positive effect from customer loyalty on WOM. However in this research proved that high satisfaction variable from customer did not guarantee customer loyalty on the bank. Customer reliance variable in this research also proved not guarantee customer loyalty in the bank.

Based on the result of this research could be concluded that bank have many potential customers have high loyalty level then will brought enough profitability for bank because loyalty customer will tell to business colleagues about bank advantages, benefits and convenience. Which is told by high loyalty customers to colleagues, named after word of mouth (WOM) or oral information.

Keywords : Reliance, satisfaction, loyalty, and wom