

**HIBAH PENELITIAN
TIM PASCASARJANA**

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU KUALITAS DAN KEDEKATAN
HUBUNGAN DALAM PEMBERIAN LAYANAN KREDIT PERBANKAN
SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
NASABAH SEGMENT USAHA MENENGAH**

TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pascasarjana**



**OLEH :
CRISTANOV HOLIWONO
NIM: 2011611006**

**PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2 0 1 4**

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU KUALITAS DAN KEDEKATAN HUBUNGAN DALAM
PEMBERIAN LAYANAN KREDIT PERBANKAN SERTA PENGARUHNYA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH SEGMENT USAHA MENENGAH**

Diajukan oleh :

CRISTANOV HOLIWONO
NIM: 2011611006

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 25 Nopember 2014

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Iramani', is written over a large, stylized blue scribble that forms a triangular shape.

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

TESIS

FAKTOR-FAKTOR PENENTU KUALITAS DAN KEDEKATAN HUBUNGAN DALAM PEMBERIAN LAYANAN KREDIT PERBANKAN SERTA PENGARUHNYATERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH SEGMENT USAHA MENENGAH

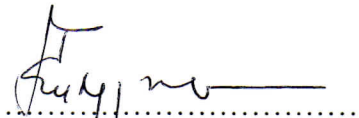
Disusun oleh :

CRISTANOV HOLIWONO
NIM: 2011611006

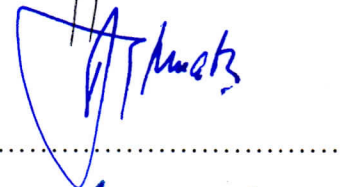
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
pada tanggal 28 Nopember 2014

Tim Penguji

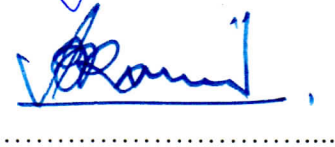
Ketua : Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi.M.M



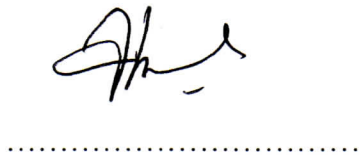
Sekretaris : Dr. Dra. Ec. Rr. Iramani, M.Si



Anggota : Dr. Basuki Rachmat, SE.,M.M



: Dr. Muazaroh, SE.,M.T

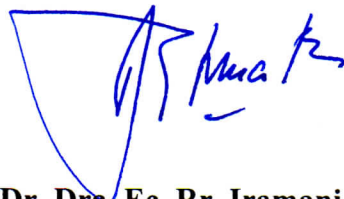


PENGESAHAN TESIS

Nama : Cristanov Holiwono
Tempat, Tanggal Lahir : Ujung Pandang, 02 Juni 1982
N.I.M : 2011611006
Program Pendidikan : Pascasarjana (Magister Manajemen)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Faktor-Faktor Penentu Kualitas dan Kedekatan Hubungan Dalam Pemberian Layanan Kredit Perbankan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Segmen Usaha Menengah.

Disetujui dan Diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :



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

Direktur Program Pascasarjana

Tanggal :



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

KATA PENGANTAR

Salam sejahtera bagi kita semua,

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat rahmat-Nya tesis dengan judul “**Faktor-Faktor Penentu Kualitas dan Kedekatan Hubungan Dalam Pemberian Layanan Kredit Perbankan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Segmen Usaha Menengah**” ini dapat disusun dan diselesaikan. Selama menempuh pendidikan dan penulisan serta penyelesaian tesis ini penulis banyak memperoleh dukungan baik secara moril maupun materiil dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis haturkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Dr. Dra. Ec. Rr. Iramani, M.Si selaku dosen pembimbing yang di dalam berbagai kesibukan dapat menyempatkan diri membimbing dan mengarahkan serta memberi petunjuk dan saran yang sangat berharga bagi penulisan tesis ini.
2. Lutfi, SE., M. Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya dan Dr. Dra. Ec. Rr. Iramani, M.Si selaku Direktur Program Pascasarjana STIE Perbanas Surabaya, yang telah banyak membantu dan selalu memberi semangat penulis sampai selesainya tesis ini dengan baik.
3. Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi.,M.M dan Dr. Basuki Rachmat, SE.,M.M selaku dosen Tim Kolaborasi Hibah Penelitian Pascasarjana STIE

Perbanas Surabaya yang telah membantu dan memberikan saran dan masukan dalam proses penyelesaian tesis ini.

4. Ditlitabmas, yang telah memberikan pendanaan melalui Hibah Penelitian Pascasarjana STIE Perbanas Surabaya.
5. Tim Kolaborasi Hibah Penelitian Pascasarjana STIE Perbanas Surabaya yang telah membantu dan bekerja sama dengan luar biasa dalam persiapan, pengumpulan data serta penyelesaian tesis ini.
6. Seluruh Dosen pengajar beserta civitas akademik STIE Perbanas Surabaya yang telah mendidik dan berbagi ilmu pengetahuan selama perkuliahan, serta seluruh staff perpustakaan dan karyawan STIE Perbanas Surabaya.
7. Orang tua dan istri yang telah memberikan semangat, dorongan, doa dan kesabaran kepada penulis hingga selesainya tesis ini, dan
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak memberikan bantuan dalam proses penyelesaian tesis ini.

Semoga Tuhan Yesus Kristus senantiasa melimpahkan berkat dan rahmat-Nya bagi beliau-beliau yang tersebut di atas. Sangat disadari dalam tesis ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karenanya semua saran dan kritik yang membangun penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan tesis ini. Akhirnya harapan penulis tesis ini dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan.

Surabaya, Nopember 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 Penelitian Su Qin, Li Zhao, dan Xu Yi (2009).....	10
2.1.2 Penelitian Gerrard Macintosh (2007).....	13
2.1.3 Penelitian Arturo Molina, David Martin-Consuegra, Agueda Esteban, (2007).....	15
2.1.4 Penelitian Wong, Sohal (2002).....	16
2.1.5 Penelitian Caceres dan Paparoidamis (2007).....	17
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Kualitas hubungan.....	20
2.2.2 Kedekatan hubungan.....	22
2.2.3 Kepuasan.....	24
2.2.4 Loyalitas.....	28
2.2.5 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	30
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	32
2.3.1 Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Kepuasan Nasabah.....	32
2.3.2 Pengaruh Kedekatan Hubungan terhadap Kepuasan Nasabah.....	32
2.3.3 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah.....	33
2.4 Kerangka Pemikiran.....	34
2.5 Hipotesis Penelitian.....	35

BAB III : METODE PENELITIAN	36
3.1. Rancangan Penelitian	36
3.2. Batasan Penelitian	37
3.3. Identifikasi Variabel	37
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.5. Instrumen Penelitian	39
3.6. Populasi, Sampel, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	42
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data	43
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.9. Teknik Analisis Data	45
3.10 Uji Hipotesis	52
 BAB IV : GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	53
4.1. Gambaran Subyek Penelitian	53
4.2. Analisis Data	56
4.2.1 Analisis deskriptif.....	56
4.2.2 Analisis statistik.....	65
4.3. Pembahasan	95
4.3.1 Faktor-faktor penentu kualitas hubungan	95
4.3.2 Faktor-faktor penentu kedekatan hubungan	97
4.3.3 Hubungan antar variabel.....	99
 BAB V : PENUTUP	103
5.1. Kesimpulan.....	103
5.2. Keterbatasan Penelitian	104
5.3. Saran	105
 DAFTAR RUJUKAN	107

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Jumlah Unit Usaha UMKM, Distribusi, dan Rata-Rata Pertumbuhan.....	2
Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Antara Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Saat Ini	19
Tabel 2.2 : Hubungan Antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	27
Tabel 3.1 : Kisi-Kisi Pengembangan Instrumen.....	41
Tabel 3.2 : Interval Kelas.....	47
Tabel 3.3 : <i>Goodness of Fit Indicated</i>	51
Tabel 4.1 : Deskripsi Data Responden Nasabah Segmen Usaha Menengah	54
Tabel 4.2 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Hubungan	57
Tabel 4.3 : Faktor Penentu Kualitas Hubungan dalam Pemberian Kredit Perbankan Kepada Nasabah Segmen Usaha Menengah	59
Tabel 4.4 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kedekatan Hubungan	60
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan	62
Tabel 4.6 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas.....	64
Tabel 4.7 : <i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Hubungan	67
Tabel 4.8 : <i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Hubungan Setelah Revisi	70
Tabel 4.9 : Uji Validitas (<i>Regression Weights</i>) Kualitas Hubungan	71
Tabel 4.10 : <i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Konfirmatori Kedekatan Hubungan	73
Tabel 4.11 : <i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Kedekatan Hubungan Setelah Revisi	76

Tabel 4.12 :	Uji Validitas (<i>Regression Weight</i>) Kedekatan Hubungan ...	77
Tabel 4.13 :	<i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Konfirmatori Kepuasan ...	79
Tabel 4.14 :	Uji Validitas (<i>Regression Weight</i>) Kepuasan	80
Tabel 4.15 :	<i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Konfirmatori Loyalitas	82
Tabel 4.16 :	<i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Konfirmatori Loyalitas Setelah Revisi <i>Construct Reliability</i>	84
Tabel 4.17 :	Uji Validitas (<i>Regression Weights</i>) Loyalitas	85
Tabel 4.18 :	<i>Construct Reliability</i>	86
Tabel 4.19 :	Evaluasi Normalitas.....	87
Tabel 4.20 :	<i>Goodness of Fit Structural Equation Model</i>	91
Tabel 4.21 :	<i>Goodness of Fit Structural Equation Model</i> Setelah Revisi	93
Tabel 4.22 :	<i>Regression Weight</i> dan <i>Standardized Regression Weights</i> <i>Structural Equation Model</i>	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Model Konseptual <i>Impacts of Customer Service on Relationship Quality: An Empirical Study in China</i>	11
Gambar 2.2 : Model Konsep <i>Customer Orientation, Relationship Quality, and Relational Benefits to the Firm</i>	14
Gambar 2.3 : Model Konseptual <i>An Examination Of The Relationship Between Trust, Commitment and Relationship Quality</i>	17
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Penelitian.....	35
Gambar 4.1 : Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Hubungan	66
Gambar 4.2 : Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Hubungan Setelah Revisi.....	69
Gambar 4.3 : Analisis Faktor Konfirmatori Kedekatan Hubungan	72
Gambar 4.4 : Analisis Faktor Konfirmatori Kedekatan Hubungan Setelah Revisi.....	75
Gambar 4.5 : Analisis Faktor Konfirmatori Kepuasan	78
Gambar 4.6 : Analisis Faktor Konfirmatori Loyalitas	81
Gambar 4.7 : Analisis Faktor Konfirmatori Loyalitas Setelah Revisi	83
Gambar 4.8 : <i>Structural Equation Model</i>	90
Gambar 4.9 : <i>Structural Equation Model</i> Setelah Revisi.....	92

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Model Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 : Biodata Responden Penelitian Usaha Menengah
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Penelitian Usaha Menengah
- Lampiran 4 : Hasil SPSS Deskripsi Frekuensi Variabel Kualitas Hubungan
- Lampiran 5 : Hasil SPSS Deskripsi Frekuensi Variabel Kedekatan Hubungan
- Lampiran 6 : Hasil SPSS Deskripsi Frekuensi Variabel Kepuasan
- Lampiran 7 : Hasil SPSS Deskripsi Frekuensi Variabel Loyalitas
- Lampiran 8 : Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Hubungan
- Lampiran 9 : Hasil Analisis Konfirmatori Kedekatan Hubungan
- Lampiran 10 : Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Kepuasan
- Lampiran 11 : Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Loyalitas
- Lampiran 12 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 13 : Evaluasi Normalitas
- Lampiran 14 : Uji *Outlier (Mahalanobis Distance)*
- Lampiran 15 : *Structural Equation Modeling*

ABSTRACT

Medium enterprises in Indonesia possessed second portion in term of number of growth in 2011 after small enterprise. Such great opportunities create the competition between bank on offering any product include credit or loans. Service improvement is done by maintaining relationship quality and intimacy. This study examines the impact of interaction on banking services on relationship quality (which is conceptualized on customer interaction with interpersonal services and customer interaction with the environment) and intimacy (which is conceptualized on employee's hospitality and employee's credibility). This study also proposing a model of conceptual relation between variables relationship quality and intimacy and its impact on satisfaction and loyalty to medium enterprises in Surabaya and cities surround (Sidoarjo, Gresik, Mojokerto). Hypothesis testing performed by using empirical study to 130 samples, using statistical testing named Structural Equation Model (SEM). Result of this analysis test, showed interpersonal indicator is having greater impact to relationship quality, while employee's credibility is having greater impact to intimacy. Relationship quality is positively not significant affect to satisfaction, while intimacy is positively significant affect to satisfaction and customer satisfaction is positively significant affecting loyalty. It is important for banking industries on marketing their product to probe out on relationship quality factors such as employees behavior, credit policy and employee expertise. The intimacy factor can be improved on the indicator employee hospitality that has low valuation.

Keywords : Relationship Quality, Intimacy, Satisfaction, Loyalty.