

**HIBAH PENELITIAN
TIM PASCASARJANA**

**FAKTOR - FAKTOR PENENTU KUALITAS HUBUNGAN DALAM
PEMBERIAN LAYANAN KREDIT PERBANKAN KEPADA
USAHA KECIL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
KEPUASAN DAN KOMITMEN NASABAH**

T E S I S

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



OLEH:

**TITO NUR AFANDI
NIM : 2011611019**

**PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2013**

**FAKTOR - FAKTOR PENENTU KUALITAS HUBUNGAN DALAM
PEMBERIAN LAYANAN KREDIT PERBANKAN KEPADA
USAHA KECIL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
KEPUASAN DAN KOMITMEN NASABAH**

Diajukan oleh :

**TITO NUR AFANDI
2011611019**

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal 28 Agustus 2013



Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM

TESIS

FAKTOR - FAKTOR PENENTU KUALITAS HUBUNGAN DALAM PEMBERIAN LAYANAN KREDIT PERBANKAN KEPADA USAHA KECIL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN DAN KOMITMEN NASABAH

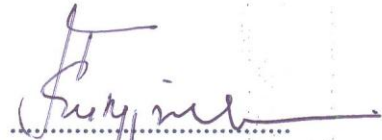
Disusun oleh :

TITO NUR AFANDI
2011611019

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
pada tanggal 18 September 2013

Tim Penguji

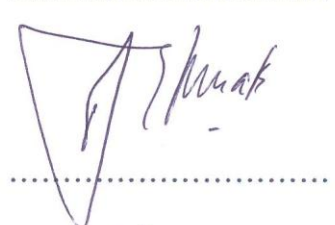
Ketua : Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi.M.M



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



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



: Dr. Muazaroh, SE.,M.T



PENGESAHAN TESIS

Nama : Tito Nur Afandi
Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 13 Juni 1986
N.I.M : 2011611019
Program Pendidikan : Pascasarjana (Magister Manajemen)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Faktor-Faktor Penentu Kualitas Hubungan dalam
Pemberian Layanan Kredit Perbankan Kepada
Usaha Kecil Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan
dan Komitmen Nasabah.

Disetujui dan Diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

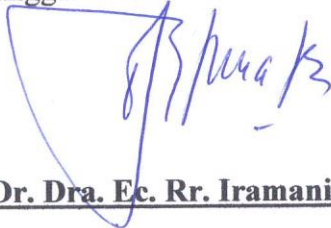
Tanggal 1 Nopember 2013



Dr. Basuki Rachmat, SE., MM

Direktur Program Pascasarjana

Tanggal 3 - 11 2013



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

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji syukur dipersembahkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat terselesaikan sebagai tugas akhir yang berjudul “FAKTOR - FAKTOR PENENTU KUALITAS HUBUNGAN DALAM PEMBERIAN LAYANAN KREDIT PERBANKAN KEPADAUSAHA KECIL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN DAN KOMITMEN NASABAH”.

Dalam penyusunan tesis ini, Penulis menyadari bahwa banyak hambatan yang ditemui baik dalam mendapatkan teori, literatur maupun pengambilan data, namun dengan bantuan berbagai pihak akhirnya bantuan tersebut dapat diatasi.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis menyelesaikan tesis ini, terima kasih diucapkan kepada:

1. Dr. Basuki Rachmat, SE.,M.M selaku Dosen Pembimbing yang memberikan banyak bimbingan, saran dan arahan mulai awal sampai terselesainya tesis ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi.M.M selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya dan Dr. Dra. Ec. Rr. Iramani, M.Si selaku Direktur Program Pascasarjana STIE Perbanas Surabaya yang selalu memberikan semangat sampai terselesainya tesis ini dengan baik.
3. Seluruh Tim Kolaborasi Hibah Penelitian Pascasarjana yang telah membantu

pengumpulan data.

4. Teman-teman SKC BNI Cabang Madura yang telah membantu dalam mengumpulkan data dari debitur kredit usaha kecil.
5. Bapak dan Ibu dosen beserta civitas akademik STIE Perbanas Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan serta seluruh staf perpustakaan dan karyawan di STIE Perbanas Surabaya.
6. Orang Tua dan keluarga yang telah memberikan semangat dan dorongan bagi Penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karenanya penulis mengharapkan masukan dan saran yang membangun dari semua pihak. Harapan penulis semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, berkepentingan, dan dapat menambah wawasan bagi para pembaca serta peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian di bidang manajemen.

Surabaya, Agustus 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 <i>Impacts of Customer Service on Relationship Quality: An Empirical Study in China</i>	11
2.1.2 <i>Do Relationship Benefit and Maintenance Drive Commitment and Loyalty</i>	14
2.1.3 <i>Determinants of SME Owner's Satisfaction With Their Banking Relationships Firm</i>	16
2.1.4 <i>Customer Orientation, Relationship Quality, and Relational Benefits to The Firm</i>	20
2.1.5 <i>An Examination Of The Relationship Between Trust, Commitment and Relationship Quality</i>	21
2.1.6 <i>The Influence of Relationship Quality on Loyalty in Service Sector</i>	23
2.2 Landasan Teori.....	29
2.2.1 Kualitas Hubungan	29
2.2.2 Kepuasan	36
2.2.3 Komitmen.....	39
2.2.4 Perbankan dan Usaha Kecil.....	41

2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	42
2.3.1 Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Kepuasan Nasabah .	42
2.3.2 Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Komitmen Nasabah .	43
2.2.3 Pengaruh Kepuasan terhadap Komitmen Nasabah	44
2.4 Kerangka Pemikiran.....	46
2.5 Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	48
3.2 Batasan Penelitian	50
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	50
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	51
3.5 Instrumen Penelitian	52
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan sampel.....	54
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	55
3.8 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	56
3.8.1 Uji Validitas	56
3.8.2 Uji Reliabilitas	57
3.9 Teknik Analisis Data.....	58
3.9.1 Analisis Deskriptif	59
3.9.2 <i>Structural Equation Model</i>	60
3.10 Uji Hipotesis.....	65
BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambaran Subjek Penelitian	66
4.2 Analisis Data	70
4.2.1 Analisis Deskriptif	71
4.2.2 Analisis Statistik	77
4.3 Pembahasan.....	99
4.3.1 Faktor-Faktor Penentu Kualitas Hubungan.....	99
4.3.2 Hubungan Antar Variabel	102
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Keterbatasan Penelitian	109
5.3 Saran.....	110
DAFTAR RUJUKAN	111

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perkembangan Data Usaha Kecil Tahun 2010 - 2011	2
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Akan Dilakukan.....	26
Tabel 2.2 Dimensi Kualitas Hubungan	33
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Pengembangan Instrumen	53
Tabel 3.2 Interval Kelas	60
Tabel 3.2 <i>Goodness of Fit</i> dalam SEM	64
Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden Usaha Kecil Tahun 2013	67
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Hubungan	71
Tabel 4.3 Faktor Penentu Kualitas Hubungan dalam Pemberian Layanan Kredit Perbankan Kepada Pelaku Usaha Kecil.....	73
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan	74
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Komitmen	76
Tabel 4.6 <i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Hubungan (Eksogen)	79
Tabel 4.7 <i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Hubungan (Eksogen) Setelah Revisi	82
Tabel 4.8 Uji Validitas (<i>Regression Weights</i>) Kualitas Hubungan	83
Tabel 4.9 <i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Konfirmatori Kepuasan dan Komitmen (Endogen).....	85
Tabel 4.10 <i>Goodness of Fit</i> Analisis Faktor Konfirmatori Kepuasan dan Komitmen (Endogen) Setelah Revisi	87
Tabel 4.11 Uji Validitas (<i>Regression Weight</i>) Kualitas Hubungan	88
Tabel 4.12 <i>Construct Reliability</i>	89
Tabel 4.13 Evaluasi Normalitas	90
Tabel 4.14 <i>Goodness of Fit Structural Equation Model</i>	94
Tabel 4.15 <i>Regression Weight Structural Equation Model</i>	97
Tabel 4.16 <i>Regression Weight Structural Equation Model</i>	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Konseptual <i>Impacts of Customer Service on Relationship Quality: An Empirical Study in China</i>	12
Gambar 2.2 Model Konseptual <i>Do Relationship Benefit and Maintenance Drive Commitment and Loyalty</i>	15
Gambar 2.3 Model Konseptual <i>Customer Orientation, Relationship Quality, and Relational Benefits to The Firm</i>	20
Gambar 2.4 Model Konseptual <i>An Examination Of The Relationship Between Trust, Commitment and Relationship Quality</i>	22
Gambar 2.5 Model Konseptual <i>The Influence of Relationship Quality on Loyalty in Service Sector</i>	24
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Hubungan (Eksogen) Revisi	78
Gambar 4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Hubungan (Eksogen) Setelah Revisi	81
Gambar 4.3 Analisis Faktor Konfirmatori Kepuasan dan Komitmen (Endogen) Revisi	84
Gambar 4.4 Analisis Faktor Konfirmatori Kepuasan dan Komitmen (Endogen) Setelah Revisi	86
Gambar 4.5 <i>Structural Equation Model</i>	93
Gambar 4.6 <i>Structural Equation Model</i> (setelah revisi)	96

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1	Model Kuisisioner Penelitian	110
Lampiran 2	Biodata Responden Penelitian	119
Lampiran 3	Tabulasi Data Penelitian	124
Lampiran 4	Hasil SPSS Deskripsi Frekuensi Biodata Responden	129
Lampiran 5	Hasil SPSS Deskripsi Frekuensi Kualitas Hubungan	132
Lampiran 6	Hasil SPSS Deskripsi Frekuensi Kepuasan	138
Lampiran 7	Hasil SPSS Deskripsi Frekuensi Komitmen	140
Lampiran 8	Analisis Faktor Konfirmatori Kualitas Hubungan	142
Lampiran 9	Analisis Faktor Konfirmatori Kepuasan dan Komitmen	150
Lampiran 10	Uji Reliabilitas	154
Lampiran 11	Uji Normalitas	155
Lampiran 12	Uji Outlier	156
Lampiran 13	<i>Structural Equation Model</i>	158
Lampiran 14	<i>Structural Equation Model</i> setelah revisi	162

ABSTRACT

Almost half of Indonesian PDB is provided by small enterprises. Potencies belong to small enterprises creating competition between banks to offer their credit services. As some research stated that one of factor that could increase added value to bank's customer of small enterprises owner is good relationship quality that expected could increase satisfaction and commitment as well. The aim of this research is to explain factors determining relationship quality on banking credit services to small enterprises and its impact to customer's satisfaction and commitment. This research using questionnaires by purposive sampling being spread to 135 owners of small enterprises in Surabaya. The data gained is being analyzed using statistic descriptive methods to figure out factors determining relationship quality, and using SEM to analyze relationship between variables being researched. Result of this research shows both kinds of interactions with service interpersonnel and service environment are shown to have a direct positive impact on relationship quality, service environment consist of ambience, credit policy and warranty are factors that determined the most relationship quality. The study incorporates the important notion of warranty to the construct of interaction quality between customers and the service environment. The result of this research is also support the hypothesis that factors determining relationship quality show its positive significant impact to satisfaction and commitment. The study identifies several practical issues of interest to managers and contact personnel in the banking industry.

Keywords : relationship quality, small enterprises, satisfaction, commitment