

TESIS

**PENGARUH ORIENTASI PEMASARAN HUBUNGAN
TERHADAP LOYALITAS PADA KEPUASAN NASABAH
TAHAPAN BCA**



ELVENLE KEVIN
No. Mhs : 09.13.19/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAGEMENT
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS



Nama : ELVENLE KEVIN
Nomor Mahasiswa : 09.13.19/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul tesis : Pengaruh Orientasi Pemasaran Hubungan Terhadap
Loyalitas Pada Kepuasan Nasabah Tahapan BCA

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

DR. MF. Shellyana J, M.Si.

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : ELVENLE KEVIN
Nomor Mahasiswa : 09.13.19/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul tesis : Pengaruh Orientasi Pemasaran Hubungan Terhadap
Loyalitas Pada Kepuasan Nasabah Tahapan BCA

Nama Penguji	Tanggal	Tanda tangan
(Ketua) DR. MF. Shellyana J, M.Si.		
(Sekretaris) Budi Suprpto, MBA., Ph.D.		
(anggota) Drs. J. Sudarsono, MS, C.Dr.		

Ketua Program Studi
Drs. M Parnawa P, MBA., Ph.D.

.....

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian, baik untuk suatu gelar maupun diploma yang suda ada di suatu universitas maupun hasil penelitian lain. Sejauh yang saya ketahui, tesis ini juga tidak mengambil bahan publikasi atau tulisan orang lain, kecuali yang telah dirujuk dalam daftar pustaka, jika ternyata terbukti melakukan penjiplakan, penulis bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 1 Oktober 2012

Elvenle Kevin

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: **“PENGARUH ORIENTASI PEMASARAN HUBUNGAN TERHADAP LOYALITAS PADA KEPUASAN NASABAH TAHAPAN BCA”**.

Penyusunan tesis ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam Program Studi Magister Manajemen pada Program PASCASARJANA Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan tesis ini, berbagai pihak telah banyak memberikan dorongan, bantuan serta masukan sehingga dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Program Studi Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Bapak Drs. M Parnawa P, MBA., Ph.D.
2. Ibu DR. MF. Shellyana J, M.Si selaku pembimbing utama yang telah banyak memberikan pengetahuan, bimbingan, dukungan, motivasi bagi penyusunan tesis ini.
3. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan informasi, pengetahuan dan masukan yang bermanfaat sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Drs. J. Sudarsono, MS, C.Dr selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan informasi, pengetahuan, pengajaran dan masukan yang bermanfaat sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ayah dan ibu yang tercinta, Johnson dan Susanti, beserta adik-adik yang tersayang Belinda Atmadaleni dan Vamela Atmadaleni, yang selalu memberikan dukungan moril dan material sehingga tugas akhir ini dapat terlaksana dengan baik.
6. Calon istriku yang tercinta, Yuliana, SE., Terima kasih atas jerih payah, dorongan, kesabaran dan perhatiannya selama ini.
7. Sahabat dan teman-teman angkatan 2009 yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu, atas segala dukungan, bantuan dan sarannya sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

Kepada semua pihak yang membantu terlaksananya tesis ini, terima kasih atas dukungan dan doanya selama ini

Saya menyadari bahwa penulisan tesis ini masih banyak kekurangan, oleh karenanya kritik dan saran sangat diharapkan guna menyempurnakan penulisan ini.

Akhir kata saya mengucapkan banyak terima kasih dan semoga tesis ini dapat berguna bagi kita semua.

Yogyakarta, 1 Oktober 2012

Elvenle Kevin

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi pemasaran hubungan (kepercayaan, komitmen, ikatan hubungan dan komunikasi) terhadap loyalitas pada kepuasan nasabah Tahapan BCA. Metoda *sampling* yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *purposive sampling*, diambil sebanyak 150 responden dari seluruh nasabah pengguna produk tabungan Tahapan BCA minimal 1 tahun. Metoda analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan pengujiannya menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 18.0 *for Windows*.

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian adalah valid karena seluruh item-item pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r_{hitung} (*Item-Total Correlation*) > 0.300 sedangkan dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian adalah *reliabel* karena nilai r alpha (*Cronbach Alpha*) tiap variabel $> 0,6$. Selain itu berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa ikatan hubungan dan komitmen berpengaruh terhadap loyalitas pada kepuasan nasabah Tahapan BCA sebagai variabel mediasi kecuali pada kepercayaan dan komunikasi.

Dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah Tahapan BCA, manajemen BCA diharapkan dapat memperhatikan variabel ikatan hubungan dan komitmen yang memberikan kontribusi terbesar terhadap peningkatan loyalitas pada kepuasan nasabah Tahapan BCA. Sedangkan perhatian manajemen BCA harus difokuskan dalam meningkatkan variabel komunikasi karena secara personal nasabah lebih banyak berhubungan dengan mesin (ATM, Internet Banking, Mobile banking, dsb) daripada dengan karyawan BCA. Sehingga frekuensi komunikasi menjadi rendah. Disamping itu kepercayaan dianggap sebagai suatu yang umum untuk bank terkemuka seperti BCA.

Kata-kata kunci: orienasi pemasaran hubungan, kepercayaan, komitmen, ikatan hubungan, komunikasi, kepuasan, loyalitas nasabah.

ABSTRACT

This research aims to examine the influences of relationship marketing orientation, includes of trust, commitment, relationship bonding and communication on loyalty through Tahapan BCA customers satisfaction as mediation variable. Sampling method which be used in the research is sampling purposive technique, by took 150 respondents from all Tahapan BCA customers who use Tahapan BCA saving products at least 1 year. Data analysis method which be used in this research is multiple linear regression analysis and be examined using the spss program (Statistical Product and Service Solution) versi 18.0 for Windows).

Based on the validity of test results showed that the questionnaire which be used in the research is valid because all the items in the questionnaire have Item-Total Correlation value > 0.300 , while the reliability of test results showed that the questionnaire which be used in the research is reliable because the value of r alpha (Cronbach Alpha) for each variable $> 0,6$. Furthermore, based on the results of multiple regression analysis showed that the bonding and commitment has influence on loyalty through Tahapan BCA customers satisfaction.

In an effort to increase customers loyalty of Tahapan BCA, BCA management is expected to observe the bonding and commitment variable were found to has a great contribution influence on the increase loyalty through Tahapan BCA customer satisfaction. While Management BCA attention should be focused on improving communication variable, because personalized customers is more contact with the machine (ATM, Internet Banking, Mobile Banking, etc) than contact with BCA employees. So the communication frequency is low. Besides, the trust is considered a common thing for leading bank like BCA.

Keywords: relationship marketing orientation, trust, commitment, relationship bonding, communication, satisfaction, loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	7
2.1. Definisi Jasa	7
2.1.1. Karakteristik Jasa	7
2.2. Pemasaran Hubungan	8
2.2.1. Kepercayaan	10

2.2.2. Komitmen	11
2.2.3. Ikatan Hubungan	13
2.2.4. Komunikasi	15
2.2.5. Kepuasan	16
2.3. Loyalitas	18
2.4. Penelitian Terdahulu	20
2.5. Model Penelitian	23
2.6. Pengembangan Hipotesis	24
BAB III METODA PENELITIAN	26
3.1. Lingkup Penelitian	26
3.1.1. Lokasi Penelitian	26
3.1.2. Objek Penelitian	26
3.1.3. Subjek Penelitian	27
3.2. Teknik Pengumpulan Data dan Metoda Sampling	28
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.3.1. Kepercayaan	28
3.3.2. Komitmen	29
3.3.3. Ikatan Hubungan	29
3.3.4. Komunikasi	29
3.3.5. Kepuasan	30
3.3.6. Loyalitas	30
3.4. Pengujian Instrument Penelitian	31
3.4.1. Uji Validitas	31

3.4.2. Uji Reliabilitas	32
3.5. Metoda Analisis Data	33
3.5.1. Regresi Linear Berganda.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Deskripsi Umum Penelitian.....	35
4.2. Analisis Karakteristik Responden	35
4.2.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.2.2. Jumlah Responden Berdasarkan Status.....	36
4.2.3. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	36
4.2.4. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
4.2.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	38
4.2.6. Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
4.2.7. Lamanya menjadi Nasabah Tahapan BCA	39
4.2.8. Fasilitas Layanan ATM BCA	40
4.2.9. Fasilitas Layanan Debit BCA	41
4.2.10. Fasilitas Layanan Tunai BCA.....	41
4.2.11. Fasilitas Layanan Kartu Kredit	42
4.2.12. Fasilitas Layanan Flazz BCA.....	42
4.2.13. Fasilitas Layanan BCA ByPhone.....	43
4.2.14. Fasilitas Layanan KlikBCA	43
4.2.15. Fasilitas Layanan M-BCA	44
4.2.16. Fasilitas Layanan SMS BCA	44
4.2.17. Fasilitas Layanan Hallo BCA	45

4.3. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	45
4.3.1. Uji Validitas	45
4.3.2. Uji Reliabilitas	47
4.4. Analisis Regresi Linear berganda.....	47
4.4.1. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Ikatan Hubungan dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Tahapan BCA	48
4.4.2. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Ikatan Hubungan, Komunikasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tahapan BCA	50
4.4.3. Model Analisis Regresi Linear Berganda	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran	55
5.2.1. Manajemen BCA	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Status.....	36
Tabel 4.3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Usia	37
Tabel 4.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.5. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.6. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	39
Tabel 4.7. Lamanya Responden menjadi Nasabah Tahapan BCA	40
Tabel 4.8. Fasilitas Layanan ATM BCA	40
Tabel 4.9. Fasilitas Layanan Debit BCA	41
Tabel 4.10. Fasilitas Layanan Tunai BCA.....	41
Tabel 4.11. Fasilitas Layanan Kartu Kredit BCA.....	42
Tabel 4.12. Fasilitas Layanan Flazz BCA	42
Tabel 4.13. Fasilitas Layanan BCA ByPhone	43
Tabel 4.14. Fasilitas Layanan Klik BCA	43
Tabel 4.15. Fasilitas Layanan M-BCA	44
Tabel 4.16 Fasilitas Layanan SMS BCA	44
Tabel 4.17. Fasilitas Layanan Hallo BCA	45
Tabel 4.18. Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.19. Hasil Uji Reliabilitas.....	47

Tabel 4.20. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Ikatan Hubungan dan Komunikasi

Terhadap Kepuasan Nasabah Tahapan BCA 48

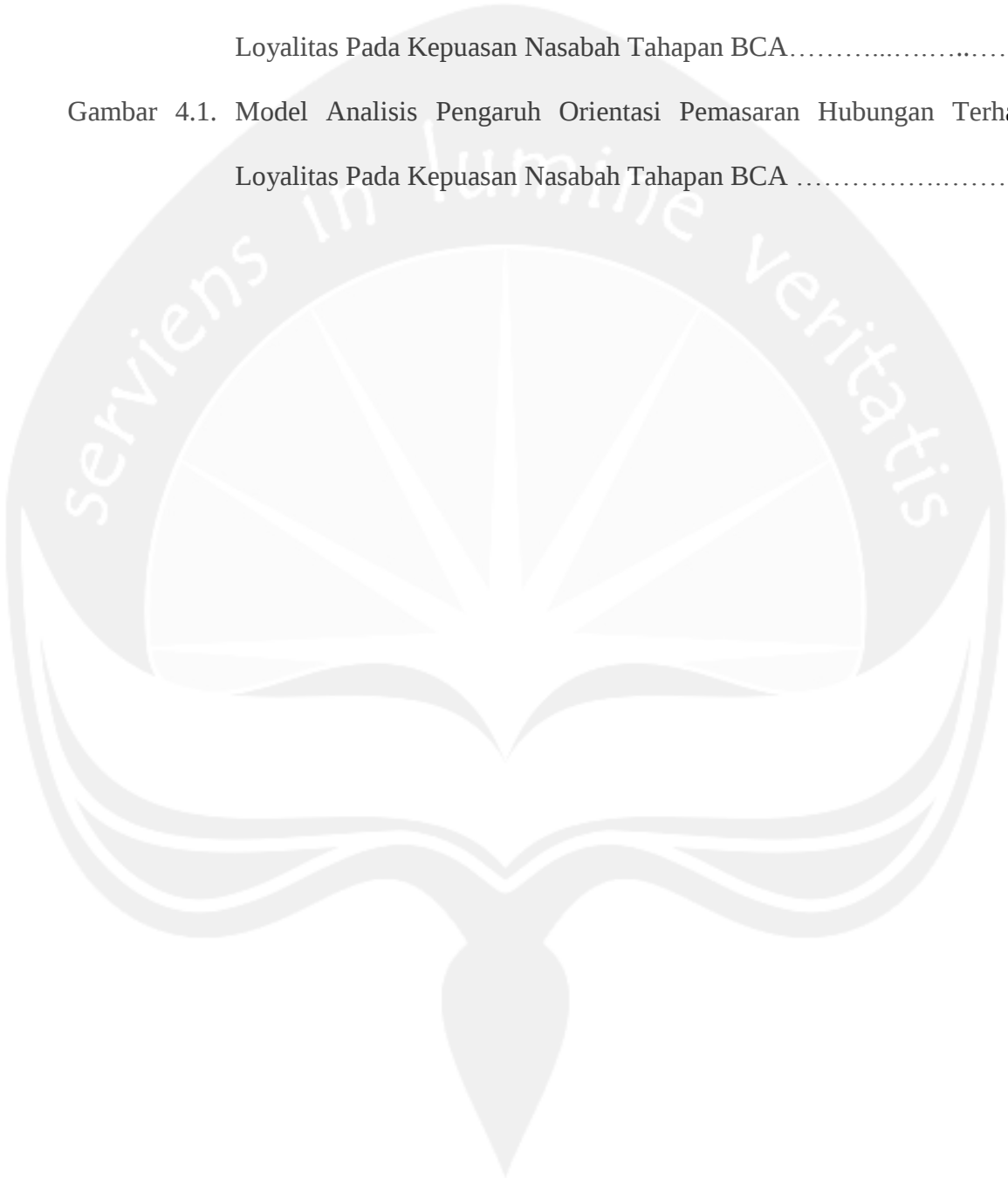
Tabel 4.21. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Ikatan Hubungan, komunikasi dan

Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tahapan BCA.....50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian Pengaruh Orientasi Pemasaran Hubungan Terhadap Loyalitas Pada Kepuasan Nasabah Tahapan BCA.....	23
Gambar 4.1. Model Analisis Pengaruh Orientasi Pemasaran Hubungan Terhadap Loyalitas Pada Kepuasan Nasabah Tahapan BCA	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2. Data Responden.....	61
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	62
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
Lampiran 5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
Lampiran 6. Uji Beda One Sample T-test.....	65