PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK BNI SYARIAH PRIMA JAKARTA

KARYA AKHIR

OLEH

AGUS NUGROHO

NIM : 55106110057

UNIVERSITAS MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

2011

http://digilib.mercubuana.ac.id/

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK BNI SYARIAH PRIMA JAKARTA

KARYA AKHIR

DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN
PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

OLEH

AGUS NUGROHO

NIM : 55106110057

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

2011

http://digilib.mercubuana.ac.id/

PENGESAHAN

Judul	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Prima Jakarta.
Bentuk Karya Akhir	:	Riset Bisnis
Nama Lengkap	:	Agus Nugroho
NIM	:	55106110057
Program	:	Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen
Tanggal	:	3 Januari 2011

Mengesahkan :

Direktur Pascasarjana	**Ketua Program Studi Magister Manajemen**
Prof. Dr. Didik J. Rachbini	**Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS.**
Pembimbing I	**Pembimbing II**
Prof. Dr. Noor Fuad, MBA	**Endi Rekarti, SE.,ME**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Kantor Cabang Syariah Prima Jakarta.
Bentuk Karya Akhir	:	Riset Bisnis
Nama Lengkap	:	Agus Nugroho
NIM	:	55106110057
Program	:	Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen
Tanggal	:	3 Januari 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 3 Januari 2011

Agus Nugroho

http://digilib.mercubuana.ac.id/

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya akhir dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Prima Jakarta" yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran Universitas Mercu Buana.

Dalam menyelesaikan karya akhir ini, penulis telah banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari semua pihak atas semua data, informasi, dukungan serta bantuan berupa pikiran dan tenaga. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan yang berharga bagi penulis, baik moril maupun materiil, sehingga karya akhir ini dapat terselesaikan. Untuk itu perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Rina Astini, SE, ME, Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D. atas segala masukan dan saran yang telah diberikan.
4. Bapak Prof. Dr. Noor Fuad, MBA sebagai pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing saya dalam menyelesaikan karya akhir ini.
5. Bapak Endi Rekarti, SE, ME sebagai pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu untuk membimbing saya dalam menyelesaikan karya akhir ini.

http://digilib.mercubuana.ac.id/

6. Seluruh Dosen dan Staff pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana atas tambahan ilmu yang telah diberikan dan dukungan administratif selama penulis menempuh pendidikan Magíster Manajemen.
7. Seluruh keluarga yang telah mengorbankan waktu yang tak ternilai untuk kesabaran, perhatian, dan doa dalam mendukung terselesaikannya karya akhir ini.
8. Seluruh sahabat, kerabat, dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, semangat serta doa selama mengikuti pendidikan program Magister Manajemen sampai terselesaikannya penyusunan karya akhir ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan karya akhir ini.

Penulis menyadari bahwa karya akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun dan semoga karya akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, Januari 2011

Penulis

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR ISI

ABSTRACT i

ABSTRAK ii

PENGESAHAN iii

PERNYATAAN iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah/Identifikasi Masalah 5
1.3. Maksud dan Tujuan Karya Akhir 11
1.4. Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir 12

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan 13
2.2. Lingkup Bidang Usaha 14
2.3. Visi dan Misi BNI Syariah 21
2.4. Aktifitas dan Perkembangan Usaha BNI Syariah 21

BAB III KAJIAN PUSTAKA

3.1. Kajian Pustaka 25
3.1.1. Pengertian Pemasaran 25
3.1.2. Definisi dan Manajemen Pemasaran 25
3.1.3. Macam Konsep Pemasaran 26
3.1.4. Kualitas Pelayanan 30
3.1.5. Definisi dan Karakteristik Kualitas Jasa 33
3.1.6. Mengelola Kualitas Jasa 38
3.1.7. Definisi Bank, Fungsi dan Karakteristik Jasa Bank 41
3.1.8. Customer Relationship Marketing 43
3.1.9. Loyalitas 47
3.1.10. Perilaku Konsumen 50

http://digilib.mercubuana.ac.id/

3.1.11. Penelitian Terdahulu 64
3.2. Rerangka Pemikiran 67
3.3. Hipotesis 69

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Obyek Penelitian 70
4.2. Metode Penelitian 70
4.2.1. Desain dan Jenis Penelitian 70
4.2.2. Operasional Variabel 71
4.2.3. Jenis dan Sumber Data 75
4.2.4. Populasi, Sampling dan Teknik Sampling 77
4.2.5. Tehnik dan Alat Pengumpulan Data 78
4.2.6. Tehnik Analisis Data 79

BAB V ANALISIS DATA

5.1. Profil Responden 85
5.1.1. Jenis Kelamin 85
5.1.2. Usia Responden 86
5.1.3. Pekerjaan Responden 88
5.1.4. Penghasilan Per Bulan 88
5.2. Kualitas Pelayanan 89
5.2.1. Deskripsi Tangibles (Berwujud) 90
5.2.2. Deskrpsi Empathy (Empati) 102
5.2.3. Deskripsi Responsiveness (Cepat Tanggap) 107
5.2.4. Deskripsi Reliability (Keandalan) 113
5.2.5. Deskripsi Assurance (Jaminan/Kepastian) 117
5.3. Loyalitas Nasabah BNI Syariah Prima Jakarta 123
5.4. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah 130
5.4.1. Hasil Regresi Liner Berganda 130
5.4.2. Pengujian Hipotesis 134
5.4.3. Analisis Koefisen Korelasi (r) dan Determinasi (R^2) 139

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan 142
6.2. Rekomendasi 143

DAFTAR PUSTAKA 144

LAMPIRAN 147

RIWAYAT HIDUP 186

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Perbandingan Konsep Berwawasan Menjual dengan Konsep Berwawasan Pemasaran 29
Gambar 3.2. Model Kualitas Jasa 40
Gambar 3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 51
Gambar 3.4. Jenjang Kebutuhan Maslow 54
Gambar 3.5. Proses Keputusan Pembeli 60
Gambar 3.6. Model Dasar Pengambilan Keputusan Komplek 61
Gambar 3.7. Model Pembelian dan Hasilnya 63
Gambar 3.8. Rerangka Pemikiran Penelitian 68

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2.	Perkembangan Rekening Tabungan....	5
Tabel 1.2.	Perkembangan Rekening Giro...	6
Tabel 1.3.	Perkembangan Rekening Deposito	7
Tabel 1.4.	Indonesian Sharia Bank Loyalty Index	9
Tabel 2.1.	Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	15
Tabel 2.2.	Produk Dana	16
Tabel 2.3.	Produk Pembiayaan	18
Tabel 2.4.	Produk Jasa	20
Tabel 4.1.	Operasional Variabel Penelitian	73
Tabel 5.1..	Jenis Kelamin Responden	85
Tabel 5..2.	Usia Responden	86
Tabel 5.3.	Pekerjaan Responden	88
Tabel 5.4.	Penghasilan Responden/Bulan	89
Tabel 5.5.	Customer Service, Sopan dan Baik Dalam Melayani Nasabah	91
Tabel 5.6.	Customer Service Mempunyai kelengkapan Peralatan	92
Tabel 5.7.	Customer Service Mempunyai Ketrampilan yang Baik Dalam Melayani	93
Tabel 5.8..	Customer Service Selalu Menjaga Kebersihan dan Penampilan Dirinya	94
Tabel 5.9.	Customer Service dapat Memberikan Kepastian kepada Nasabah BNI Syariah	95
Tabel 5.10..	Customer Service dapat Memberikan Rasa Aman Kepada Nasabahnya	96
Tabel 5.11..	Penampilan dari Customer Service adalah Sangat Baik dan Rapi	97
Tabel 5.12.	Customer Service Harus Mempunyai Perhatian Kepada Nasabahnya	98

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

Tabel 5.13.	BNI Syariah Prima Memiliki Ruang Tunggu yang Bersih dan Nyaman	99
Tabel 5.14.	BNI Syariah Prima Memiliki Toilet yang Bersih	102
Tabel 5.15.	Customer Service Selalu Menepati Jadwal, baik kepada Nasabah maupun Pekerjaannya	103
Tabel 5.16.	Customer Service Selalu Membantu saat ada Nasabah Yang Mengalami Kesulitan	103
Tabel 5.17.	BNI Syariah memiliki Customer Service yang Memberikan Perhatian Personal pada Nasabah	105
Tabel 5.18.	Setiap Customer Service dapat Memenuhi Harapan dari Nasabah	106
Tabel 5.19.	Customer Service selalu Mengutamakan Kepentingan Nasabah	107
Tabel 5.20.	Customer Service selalu Merespon Permintaan Nasabah Walaupun Sibuk	108
Tabel 5.21.	Kesediaan BNI Syariah untuk Menyediakan Customer Service yang Profesional	109
Tabel 5.22.	Customer Service Cepat Tanggap dalam Menangani Keluhan dan Saran	110
Tabel 5.23.	Customer Service selalu Memberikan Waktu Pelayanan yang Cepat	111
Tabel 5.24.	Customer Service dapat Memahami Keluhan Nasabah Atas Pelayanan yang Diberikan	112
Tabel 5.25.	Setiap Customer Service harus Mempunyai Pengetahuan yang Baik Tentang Tugas dan Kewajibannya	113
Tabel 5.2.6.	Customer Service Dapat Memunculkan Rasa Senang Nasabah	114
Tabel 5.27.	Customer Service Mempunyai Ketrampilan yang Baik Dalam Melayani Kebutuhan Nasabah	115
Tabel 5.28.	Rasa Aman Nasabah, Berdasarkan Kemampuan Customer Service Meyakinkan Nasabahnya Tentang	

http://digilib.mercubuana.ac.id/

	Keamanan Dananya	116
Tabel 5.29.	Customer Service dapat Memberikan Kepastian kepada Nasabahnya	117
Tabel 5.30.	Perilaku Customer Service mampu Membuat Nasabah Mempercayai BNI Syariah	118
Tabel 5.31.	Keamanan di Lingkungan BNI Syariah selalu Dijaga Dengan Baik oleh Karyawannya	120
Tabel 5.32.	Customer Service harus Mempunyai Perhatian kepada Nasabahnya	121
Tabel 5.33.	Customer Service Selalu Simpatik kepada Nasabahnya untuk Memberikan Pelayanan yang Baik	122
Tabel 5.34.	Customer Service Dapat Merasakan apa yang Menjadi Kebutuhan Nasabahnya	123
Tabel 5.35.	Frekuensi Nasabah Berkunjung ke BNI Syariah Dalam Seminggunya Lebih dari Tiga Kali	124
Tabel 5.36.	Nasabah Sangat Antusias dengan Produk-Produk Baru Dari BNI Syariah	125
Tabel 5.37.	Nasabah Selalu Mendiskusikan dengan Keluarga, Teman, dan Orang Lain Mengenai Kualitas Pelayanan dari BNI Syariah	126
Tabel 5.38.	Nasabah Selalu Merekomendasikan Kepada Keluarga Teman dan Orang Lainnya	127
Tabel 5.39.	Nasabah Selalu Mengajak Temannya untuk Selalu Menggunakan Produk dan Layanan dari BNI Syariah	128
Tabel 5.40.	Nasabah Selalu Mengajak Saudara, atau Anggota Keluarganya	129
Tabel 5.41.	Hasil Regresi Pengaruh Faktor X Terhadap Y	130
Tabel 5.42.	Hasil Pengujian Secara Simultan	134
Tabel 5.43.	Matriks Korelasi Antar Variabel	138
Tabel 5.44.	Matriks Korelasi Antar Variabel X dan Y	139
Tabel 5.45.	Hasil Koefisien Determinan	141

http://digilib.mercubuana.ac.id/