

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP
CUSTOMER TRUST, *CUSTOMER COMMITMENT*,
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA NASABAH
BCA di SURABAYA**



**OLEH:
CYNTHIA ANGGREAWAN
3103011108**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP
CUSTOMER TRUST, *CUSTOMER COMMITMENT*,
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA
NASABAH BCA di SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh:
CYNTHIA ANGGREAWAN
3103011108

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP
CUSTOMER TRUST, *CUSTOMER COMMITMENT*,
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA
NASABAH BCA di SURABAYA**

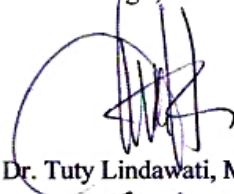
Oleh:

Cynthia Anggreawan

3103011108

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Tuty Lindawati, MM

Tanggal: 7-4-2015

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM

Tanggal: 2-4-2015

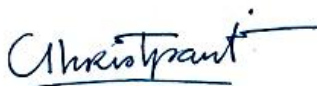
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : CYNTHIA ANGGREAWAN

NRP : 3103011108

Telah diuji pada tanggal 15 April 2015 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M, CPMAP

NIK. 311.89.0163

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovikus Lasdi, SE., MM
NIK. 321. 99. 0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK 311. 99. 0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cynthia Anggreawan

NRP : 3103011108

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Trust*, *Customer Commitment*, dan *Customer Loyalty* pada Nasabah BCA di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Univesitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Yang menyatakan,



(Cynthia Anggreawan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas anugerah, kasih karunia, dan rahmatNya yang telah dilimpahkanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Trust*, *Customer Commitment* dan *Customer Loyalty* pada Nasabah BCA di Surabaya” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung mau pun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Papa dan mama yang saya cintai, Ang Tjong Ming dan Silvia Wati Soewandi, serta kedua adik saya Steven dan Toride dan segenap keluarga yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doanya sehingga penulis memiliki semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Dr. Tuty Lindawati, MM selaku dosen pembimbing I. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM selaku dosen pembimbing II. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Seluruh dosen yang selama masa perkuliahan telah memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan kepada penulis yang dapat membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Teman-teman dan pacar penulis yang selalu menemani dan memberikan dukungan sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Dengan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan dijadikan pembelajaran oleh penulis di masa depan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan. Terima kasih. Tuhan Yesus memberkati kita semua.

Surabaya,

Cynthia Anggreawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAM PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN DAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT	xv
ABSTRAK	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1. Peneliti Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. <i>Customer Satisfaction</i>	9
2.2.2. <i>Customer Trust</i>	11
2.2.3. <i>Contomer Commitment</i>	12
2.2.4. <i>Customer Loyalty</i>	13

2.3. Pengaruh antar Variabel	14
2.3.1. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	14
2.3.2. .Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Commitment</i>	15
2.3.3. Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	15
2.3.4. Pengaruh <i>Customer Commitment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	16
2.3.5. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	16
2.4. Kerangka Konseptual	18
2.5. Hipotesis	18
BAB 3. METODE PENELITIAN	20
3.1. Jenis Penelitian	20
3.2. Identifikasi Variabel	20
3.3. Definisi Operasional Variabel	20
3.3.1. <i>Customer Satisfaction</i>	20
3.3.2. <i>Customer Trust</i>	21
3.3.3. <i>Contomer Commitment</i>	21
3.3.4. <i>Customer Loyalty</i>	22
3.4. Pengukuran Variabel..	22
3.5. Data dan Sumber Data.....	23
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	23
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.7.1. Populasi	23
3.7.2. Sampel	24
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel	24

3.8. Teknik Analisis Data	24
3.8.1. Uji Normalitas.....	25
3.8.2. Uji Validitas.....	25
3.8.3. Uji Reliabilitas.....	25
3.8.4. Uji Kecocokan Seluruh Model.....	26
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Sampel Penelitian	28
4.2. Karakteristik Responden	28
4.3. Deskripsi Data	30
4.3.1. Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	31
4.3.2. Deskripsi Variabel <i>Customer Trust</i>	32
4.3.3. Deskripsi Variabel <i>Contomer Commitment</i>	33
4.3.4. Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i>	34
4.4. Analisis DataSEM.....	35
4.4.1. Uji Normalitas.....	35
4.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
4.4.2.1. Uji Validitas.....	36
4.4.2.2. Uji Reliabilitas.....	37
4.5. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	40
4.5.1. Persamaan Struktural	41
4.5.2. Uji Hipotesis.....	42
4.5.3. Direct Effect, Indirect Effect and Total Effect Variable.....	43
4.6. Pembahasan.....	44
4.6.1. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Trust</i> Pada Nasabah BCA di Surabaya	44
4.6.2. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Commitment</i> Pada Nasabah BCA di Surabaya....	44

4.6.3. Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Nasabah BCA di Surabaya	45
4.6.4. Pengaruh <i>Customer Commitment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Nasabah BCA di Surabaya	46
4.6.5. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Nasabah BCA di Surabaya.....	47
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1. Simpulan	48
5.2. Saran	49
5.2.1. Saran Akademis.....	49
5.2.2. Saran Praktis.....	50

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan Saat Ini	9
Tabel 3.1	Goodnes Of-Fit Index	26
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	28
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	29
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	30
Tabel 4.5	Kriteria Evaluasi Jawaban Responden	30
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	31
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Trust</i>	32
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Commitment</i>	33
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Loyalty</i>	34
Tabel 4.10	Univariate Normality	35
Tabel 4.11	Multivariate Normality	36
Tabel 4.12	Uji Validitas.....	37
Tabel 4.13	Reliabilitas Konstruk <i>Customer Satisfaction</i>	38
Tabel 4.14	Reliabilitas Konstruk <i>Customer Trust</i>	38
Tabel 4.15	Reliabilitas Konstruk <i>Customer Commitment</i>	39
Tabel 4.16	Reliabilitas Konstruk <i>Customer Loyalty</i>	39
Tabel 4.17	Reliabilitas Konstruk	40
Tabel 4.18	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	40
Tabel 4.19	Persamaan Struktural	41

Tabel 4.20 Hasil Uji Kecocokan Model

Struktural 43

Tabel 4.21 Direct Effect, Indirect Effect dan Total

Effect Variable 43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	18
------------	---------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Karakteristik Responden Nasabah BCA
- Lampiran 3 Data Jawaban Responden Tentang Var. *Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Commitment* dan *Customer Loyalty*
- Lampiran 4 Frekuensi
- Lampiran 5 Statistik Deskriptif
- Lampiran 6 Uji Normalitas
- Lampiran 7 Output Lisreal
- Lampiran 8 Output Gambar Estimates, t-value, Standardize Solution

ABSTRACT

Along with the times, the competition in the banking industry is getting tougher. Banks should be able to increase customer satisfaction, customer trust, commitment to customers to gain customer loyalty in order to survive the face of competition. The purpose of this study was to examine the effect of customer satisfaction on customer trust, customer commitment, and customer loyalty at BCA customers in Surabaya.

The data analysis technique used in this study is the structural equation modeling using LISREL 8.70. The samples used were 150 bank customers in Surabaya branch BCA Raya Darmo, Dr.Sutomo, HR Muhammad, Indrapura, Kayun, and Veterans. The results of this study showed lower customer satisfaction significant effect on trust, commitment to the customer and the customer loyalty.

Keywords: Customer satisfaction, customer trust, customer commitment, and Customer Loyalty.

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan di industri perbankan semakin ketat. Bank harus mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan sehingga dapat tetap bertahan menghadapi persaingan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada nasabah BCA di Surabaya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah persamaan struktural pemodelan menggunakan LISREL 8.70. Sampel yang digunakan adalah 150 nasabah bank BCA di Surabaya pada cabang Raya Darmo, Dr.Sutomo, HR Muhamad, Indrapura, Kayun, dan Veteran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, komitmen pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan, Kepercayaan pelanggan, Komitmen Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

.

.