

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMUNIKASI DAN  
PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
(Survey Pada PT BNI Cabang SMESCO, Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF TRUST, COMMUNICATION AND  
COMPLAINT HANDLING TO CUSTOMER LOYALTY  
(Survey on PT BNI Branch SMESCO, Jakarta)***

Oleh :

**BANGUN MANALU 2013410051**

**SKRIPSI**

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana dalam Fakultas Ekonomi Konsentrasi  
Manajemen Pemasaran Pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2018**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bangun Manalu

NIM : 2013410051

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMUNIKASI DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Survey Pada PT BNI Cabang SMESCO, Jakarta)** yang dibimbing oleh Ibu Resa Nurlaela Anwar SE, MSi adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal 27 Juli 2018.

Yang menyatakan,

Bangun Manalu

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bangun Manalu

NIM : 2013410051

Jurusan : Manajemen

Permintaan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMUNIKASI DAN  
PENANGANAN KELUHAN TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH (Survey Pada PT BNI Cabang  
SMESCO, Jakarta)**

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dalam sidang Ujian  
Skripsi Sarjana.

Jakarta, Agustus 2018

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,  
Pembimbing

(Dian A. Rahim SE, MSi)

(Resa Nurlaela Anwar, SE, MSi)

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMUNIKASI DAN  
PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
(Survey Pada PT BNI Cabang SMESCO, Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF TRUST, COMMUNICATION AND  
COMPLAINT HANDLING TO CUSTOMER LOYALTY  
(Survey On PT BNI Branch SMESCO, Jakarta)***

Oleh :

**BANGUN MANALU 2013410051**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu  
Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal

Seperti tertera dibawah ini

Jakarta,

**Resa Nurlaela Anwar, SE. MSi**

**Pembimbing**

**Dr. Firsan Nova**

**Penguji I**

**Ellena N. H, SE, MM**

**Penguji II**

**Resa Nurlaela Anwar SE, MM**

**Penguji III**

**Dr. Tri Mardjoko, MA**

**Dekan**

**Dian A. Rahim, SE, MSi**

**Ketua Jurusan**

## ABSTRAK

Nama : Bangun Manalu NIM : 2013410051 Judul : Pengaruh Kepercayaan, komunikasi, dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah (Survey pada PT BNI cabang SMESCO, Jakarta).

Kata Kunci : Kepercayaan, Komunikasi, Penanganan Keluhan, Loyalitas Nasabah.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, komunikasi dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah pada PT BNI cabang SMESCO, Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara penyebaran kuisioner pada 100 orang nasabah yang membuka rekening tabungan pada PT BNI cabang SMESCO saat sedang berlangsungnya penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan hubungan antara kepercayaan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ) sebesar 0,537 dan memiliki pengaruh sebesar 28,8%. Hubungan antara variabel komunikasi ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ) memiliki hubungan sebesar 0,665 dan memiliki pengaruh sebesar 44,2%. Demikian pula hubungan antara variabel penanganan keluhan ( $X_3$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ) sebesar 0,617 dan memiliki pengaruh sebesar 38%. kepercayaan ( $X_1$ ), komunikasi ( $X_2$ ), penanganan keluhan ( $X_3$ ) terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ) dilaksanakan secara simultan menunjukkan hubungan sebesar 0,700 dan memiliki pengaruh sebesar 48,9%.

Hubungan antara kepercayaan, komunikasi dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah baik secara parsial maupun simultan memiliki hubungan yang kuat. kepercayaan, komunikasi dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah PT BNI Cabang SMESCO, Jakarta memiliki pengaruh yang lebih tinggi apabila kepercayaan, komunikasi dan penanganan keluhan dilakukan secara simultan.

Hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat menerapkan kepercayaan, komunikasi dan penanganan keluhan secara bersama-sama agar loyalitas nasabah semakin meningkat.

Jakarta, 27 Juli 2017

Bangun Manalu

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul

**“Pengaruh Kepercayaan, Komunikasi dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah (Survey Pada PT BNI Cabang SMESCO, Jakarta)”**.

Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar SE, MSi selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Andri Wilar Ahmad SE selaku *Head Office* PT BNI Cabang SMESCO dan pembimbing selama penulis melakukan penelitian.
3. Bapak Dr. Tri Mardjoko MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Ibu Dian A. Rahim SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmunya selama ini.
6. Seluruh staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
7. Seluruh staff dan karyawan PT BNI Cabang SMESCO yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa restu, memberikan dukungan baik moral maupun moril, dan selalu memberi semangat untuk lebih baik lagi. Dan kepada kakak yang telah membantu untuk menyelesaikan

penyusunan skripsi ini.

9. Spesial terima kasih kepada teman Angkatan Muhammad Safii SE yang telah membantu dan memberikan dukungan selama penulisan skripsi.

Semoga Tuhan Yesus senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan di atas. Skripsi ini tentu saja belum mencapai dari kata sempurna, sehingga penulis dengan senang hati akan menerima kritik dan saran yang tentunya akan membuat penulis lebih baik lagi.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.



Jakarta, 23 Agustus 2018

Penulis

Bangun Manalu

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	10
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	10
1.2.3. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>13</b>
2.1. Kajian Pustaka .....	13
2.1.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.2. Bauran Pemasaran .....	15
1. <i>Product</i> .....	17
2. <i>Price</i> .....	17
3. <i>Place</i> .....	18
4. <i>Promotion</i> .....	18

2.1.3. <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> .....	18
1. <i>Segmenting</i> .....	19
2. <i>Targeting</i> .....	19
3. <i>Positioning</i> .....	20
2.1.4. Perilaku Konsumen .....	20
2.1.5. Kepercayaan .....	21
1. Pengertian Kepercayaan .....	21
2. Dimensi Kepercayaan .....	23
2.1.6. Komunikasi .....	24
1. Pengertian Komunikasi .....	24
2. Dimensi Komunikasi .....	25
3. Manfaat Komunikasi .....	26
4. Faktor-faktor Komunikasi .....	27
5. Teknik Komunikasi .....	27
2.1.7. Penanganan Keluhan .....	29
1. Pengertian Penanganan Keluhan .....	29
2. Dimensi Penanganan Keluhan .....	30
2.1.8. Loyalitas Pelanggan .....	32
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	32
2. Klasifikasi Loyalitas Pelanggan .....	33
3. Manfaat Loyalitas Pelanggan .....	35
4. Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	38
2.2. Kerangka Pemikiran .....	39
2.3. Hipotesis Penelitian .....	40
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b> .....	42
3.1. Metode yang Digunakan .....	42
3.1.1. Metode Penelitian Kuantitatif .....	42
3.1.2. Lokasi Penelitian .....	43
3.2. Operasionalisasi Variabel .....	43 Halaman
3.3. Sumber dan Cara Penentuan Data/Informasi .....	45
3.3.1. Jenis Penelitian .....	45

3.3.2. Jenis Data Menurut Cara Memperolehnya .....	46
3.3.3. Sumber Data .....	46
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.4.1. Penelitian Kepustakaan .....	47
3.4.2. Penelitian Lapangan .....	47
3.4.3. Populasi dan Sampel .....	49
3.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	51
3.5.1. Rancangan Analisis .....	51
1. Analisis Deskriptif .....	51
2. Uji Keabsahan Data .....	52
3. Alat Analisis Data .....	53
4. Uji Asumsi Klasik .....	56
3.5.2. Uji Hipotesis .....	59
1. Uji Regresi Parsial (Uji t) .....	59
2. Uji Simultan (Uji f) .....	60
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN</b>	
<b>MASALAH</b> .....	62
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	62
4.1.1. Sejarah Berdirinya PT BNI .....	62
4.1.2. Bidang Kegiatan / Usaha Instansi / Organisasi .....	63
4.1.3. Visi dan Misi PT BNI .....	65
4.1.4. Struktur Organisasi PT BNI .....	66
4.1.5. Deskripsi Pekerjaan .....	67
4.2. Hasil Penelitian .....	72
4.2.1. Deskripsi Profil Responden .....	72
4.2.2. Analisis Kuantitatif Kepercayaan .....	75
4.2.3. Analisis Kuantitatif Komunikasi .....	79
4.2.4. Analisis Kuantitatif Penanganan keluhan .....	84
4.2.5. Analisis Kuantitatif Loyalitas .....	88
4.2.6. Analisis Deskriptif Indikator Kepercayaan .....	92
4.2.7. Analisis Deskriptif Indikator Komunikasi .....	93

	Halaman
4.2.8. Analisis Deskriptif Indikator Penanganan Keluhan ...	94
4.2.9. Analisis Deskriptif Indikator Loyalitas .....	95
4.2.10. Uji Keabsaan Data .....	95
1. Uji Validitas .....	95
2. Uji Reliabilitas .....	97
4.2.11. Analisis Data .....	99
1. Analisis Regresi Sederhana .....	99
2. Analissi Regresi Berganda .....	104
4.2.12. Uji Hipotesis .....	106
1. Uji t .....	106
2. Uji f .....	109
4.2.13. Uji Asumsi Klasik .....	110
1. Uji Multikolonieritas .....	110
2. Uji Autokorelasi .....	111
3. Uji Normalitas .....	112
4.3. Pembahasan dan Pemecahan Masalah .....	113
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	115
5.2. Saran .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	118
<b>LAMPIRAN</b> .....	121

### DAFTAR TABEL

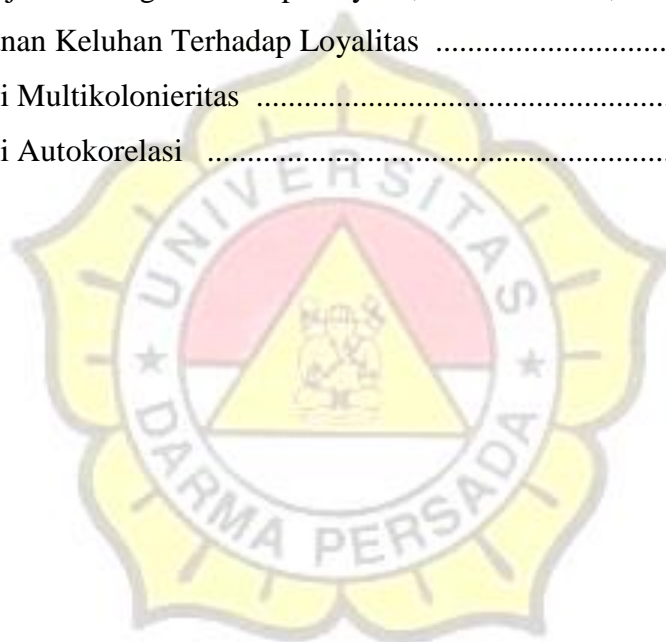
	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Nasabah PT BNI Cabang SMESCO Tahun 2015 - 2017 .....	7
Tabel 1.2. Jumlah Nasabah yang Menutup Rekening Tabungan di PT BNI Cabang SMESCO Tahun 2015 - 2017 .....	8
Tabel 2.1. Klasifikasi Jenis Loyalitas .....	33
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel .....	44
Tabel 3.2. Skala Likert Untuk Variabel Kepercayaan, Komunikasi, Penanganan Keluhan dan Loyalitas Nasabah .....	49

Tabel 3.3. Populasi Nasabah PT BNI Cabang SMESCO .....	49
Tabel 3.4. Tabel Interval Indikator Variabel Kepercayaan, Komunikasi, Penanganan Keluhan dan Loyalitas Nasabah .....	52
Tabel 3.5. Tabel Konversi Indikator Variabel Kepercayaan, Komunikasi, Penanganan Keluhan dan Loyalitas Nasabah .....	52
Tabel 3.6. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel 4.1. Anak Usaha dan Bidang Usaha dari Bank BNI .....	65
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	73
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	73
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Masa Kerja .....	74
Tabel 4.6. Jawaban Responden Mengenai Layanan Bank yang Diberikan Sesuai dengan Kebutuhan Nasabah .....	75
Tabel 4.7. Jawaban Responden Mengenai Layanan Bank yang Menjadi Daya Tarik Minat Beli Nasabah .....	75
Tabel 4.8. Jawaban Responden Mengenai Bank Menawarkan Produk Dengan Manfaat yang Menarik .....	76
Tabel 4.9. Jawaban Responden Mengenai Bank Memberikan Fitur yang Membantu Nasabah dalam Mempermudah Transaksi atau Mengakses Situs Bank .....	76
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai Bank Menyediakan Kebutuhan Sesuai Kebutuhan Nasabah .....	77
Tabel 4.11. Jawaban Responden Mengenai Bank Mempertahankan Kualitas Produk .....	77
Tabel 4.12. Jawaban Responden Mengenai Bank Memberikan Solusi yang Tepat sesuai dengan Masalah yang Dialami Nasabah .....	78
Tabel 4.13. Jawaban Responden Mengenai Bank Memberikan Respon Yang Cepat Sebagai Layanan .....	78
Tabel 4.14. Jawaban Responden Mengenai Kemampuan Merespon setiap Pertanyaan dan Keluhan dari Nasabah .....	79
Tabel 4.15. Jawaban Responden Mengenai Pesan yang Dikirim Mudah	

Dimengerti .....	80
Tabel 4.16. Jawaban Responden Mengenai Setiap Informasi yang Disampaikan Merupakan Informasi yang Jelas .....	80
Tabel 4.17. Jawaban Responden Mengenai Informasi yang Disampaikan Melalui Media yang Mudah Dimengerti .....	81
Tabel 4.18. Jawaban Responden Mengenai Informasi yang Disampaikan Melalui Media yang Tepat Sesuai Dengan Isi Pesan .....	81
Tabel 4.19. Jawaban Responden Mengenai Mampu Mengintrestasikan Setiap Isi Pesan .....	82
Tabel 4.20. Jawaban Responden Mengenai Dapat Mengirimkan Umpan Balik yang Tepat Sesuai dengan Isi Pesan .....	83
Tabel 4.21. Jawaban Responden Mengenai Komunikasi Dapat Menerima Umpan Balik .....	83
Tabel 4.22. Jawaban Responden Mengenai Mendengarkan Dengan Seksama apa yang Disampaikan oleh Nasabah .....	84
Tabel 4.23. Jawaban Responden Mengenai Menerima Pendapat Dari Sudut Pandang Orang Lain .....	84
Tabel 4.24. Jawaban Responden Mengenai Memberikan Solusi yang Cepat Terhadap Permasalahan Keluhan Nasabah .....	85
Tabel 4.25. Jawaban Responden Mengenai Memberikan Solusi yang Tepat Terhadap Keluhan Nasabah .....	85
Tabel 4.26. Jawaban Responden Mengenai Memberikan Pelayanan yang Sama Terhadap Setiap Nasabah .....	86
Tabel 4.27. Jawaban Responden Mengenai Memberikan Solusi yang Adil Terhadap Setiap Nasabah .....	86
Tabel 4.28. Jawaban Responden Mengenai Nasabah Mudah Dalam Memberikan Saran dan Kritik .....	87
Tabel 4.29. Jawaban Responden Mengenai Nasabah Mudah Meminta Solusi Terhadap Masalah yang Dihadapi .....	88
Tabel 4.30. Jawaban Responden Mengenai Menggunakan Produk Bank Karena Merasa Puas .....	88

Tabel 4.31. Jawaban Responden Mengenai Lokasi Bank Mudah Dijangkau .....	89
Tabel 4.32. Jawaban Responden Mengenai Melakukan Pembeliann Satu Jenis Produk Bank .....	89
Tabel 4.33. Jawaban Responden Mengenai Melakukan Pembelian Lebih Lebih Dari Satu Jenis Produk Bank .....	90
Tabel 4.34. Jawaban Responden Mengenai Memberikan Informasi Tentang Produk Bank .....	90
Tabel 4.35. Jawaban Responden Mengenai Mengajak Orang Lain Untuk Menggunakan Produk Bank .....	91
Tabel 4.36. Jawaban Responden Mengenai Tidak Akan Beralih Kepada Bank Lain .....	91
Tabel 4.37. Jawaban Responden Mengenai Bank Menjadi Pilihan Utama Bagi Nasabah .....	92
Tabel 4.38. Hasil Pengukuran Nilai Indikator Variabel Kepercayaan .....	92
Tabel 4.39. Hasil Pengukuran Nilai Indikator Variabel Komunikasi .....	93
Tabel 4.40. Hasil Pengukuran Nilai Indikator Variabel Penanganan Keluhan .....	94
Hasil Pengukuran Nilai Indikator Variabel Loyalitas .....	95
Tabel 4.41. Hasil Uji Validitas .....	95
Tabel 4.42. Hasil Uji Validitas .....	95
Tabel 4.43. Uji Reliabilitas Dari Indikator Variabel Kepercayaan .....	97
Tabel 4.44. Uji Reliabilitas Dari Indikator Variabel Komunikasi .....	97
Tabel 4.45. Uji Reliabilitas Dari Indikator Variabel Penanganan Keluhan ..	98
Tabel 4.46. Uji Reliabilitas Dari Indikator Variabel Loyalitas .....	98
Tabel 4.47. Hasil Korelasi Sederhana Kepercayaan Terhadap Loyalitas ...	99
Tabel 4.48. Hasil Analisis Regresi Kepercayaan Terhadap Loyalitas .....	100
Tabel 4.49. Hasil Korelasi Sederhana Komunikasi Terhadap Loyalitas ..	100
Tabel 4.50. Hasil Analisis Regresi Komunikasi Terhadap Loyalitas .....	101
Tabel 4.51. Hasil Korelasi Sederhana Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas .....	102
Tabel 4.52. Hasil Analisis Regresi Penanganan Keluhan Terhadap	

Loyalitas .....	103
Tabel 4.53. Hasil Analisis Korelasi Berganda Kepercayaan, Komunikasi, Dan Penangana Keluhan Terhadap Loyalitas .....	104
Tabel 4.54. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Kepercayaan, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas ..	105
Tabel 4.55. Hasil Uji t Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas .....	106
Tabel 4.56. Hasil Uji t Pengaruh Komunikasi Terhadap Loyalitas .....	107
Tabel 4.57. Hasil Uji t Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas .....	108
Tabel 4.58. Hasil Uji f Pengaruh Kepercayaan, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas .....	109
Tabel 4.59. Hasil Uji Multikolonieritas .....	110
Tabel 4.60. Hasil Uji Autokorelasi .....	111



DAFTAR GAMBAR      viii

Gambar 2.1. *Marketing Mix*.....**Error! Bookmark not defined.**  
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran .....**Error! Bookmark not defined.**  
Gambar 4.1. Struktur Organisasi .....**Error! Bookmark not defined.**  
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas .....**Error! Bookmark not defined.**



## DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup .....	121
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian .....	122
Lampiran 3	Tabulasi Data Variabel Kepercayaan .....	126
Lampiran 4	Tabulasi Data Variabel Komunikasi .....	129
Lampiran 5	Tabulasi Data Variabel Penanganan Keluhan .....	132
Lampiran 6	Tabulasi Data Variabel Loyalitas .....	135
Lampiran 7	Hasil <i>Output</i> SPSS Kepercayaan, Komunikasi Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah .....	138
Lampiran 8	T Tabel .....	142
Lampiran 9	F Tabel .....	146
Lampiran 10	R Tabel .....	149
Lampiran 11	Daftar Nasabah PT BNI Cabang SMESCO .....	152
Lampiran 12	Lembar Konsultasi .....	159