

Konsentrasi / Bidang Minat : Pemasaran

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN, DAN KEMAMPUAN
KOMUNIKASI TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN PADA BANK MANDIRI SYARIAH
DI SURABAYA**

Skripsi S-1



OLEH :

ALEXANDER EVANDRI SUSANTO

3103008140

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN, DAN KEMAMPUAN
KOMUNIKASI TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN
PADA BANK MANDIRI SYARIAH
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

ALEXANDER EVANDRI SUSANTO

3103008140

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN, DAN KEMAMPUAN
KOMUNIKASI TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PADA
BANK MANDIRI SYARIAH
DI SURABAYA**

OLEH:

ALEXANDER EVANDRI SUSANTO

3103008140

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
Tanggal: 24.1.2012

Pembimbing II,



Drs. Julius F. Nagel, MM
Tanggal: 25-1-2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Alexander Evandri Susanto dengan NRP 3103008140
Telah diuji pada tanggal 28 Januari 2012 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Christupa Whidya Utami, MM

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ALEXANDER EVANDRI SUSANTO

NRP : 3103007330

Judul : Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, dan Kemampuan Komunikasi terhadap Loyalitas melalui Kepuasan pada Bank Mandiri Syariah 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 pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas 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, 19 Februari 2012



Yang Menyatakan,
(Alexander Evandri Susanto)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, dan Kemampuan Komunikasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya" ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kata pengantar ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Dr. Christina Widya Utami, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku Dosen Pembimbing 1 yang dengan perhatian dan sabar telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Drs. Julius F. Nagel, MM selaku Dosen Pembimbing II atas segala waktu yang telah diberikan kepada penulis selama bimbingan dari awal hingga akhir terselesaikannya penulisan skripsi ini.

5. Seluruh keluarga saya yang selalu memberikan dorongan moril dan materiil serta dukungan doa yang sangat berarti bagi penulis.
6. Seluruh teman-teman saya, khususnya mahasiswa Konsentrasi Pemasaran yang telah memberikan dukungan serta semangat yang berarti bagi penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan terbuka guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar penulisan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Surabaya, 19 Februari 2012



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Tinjauan Pustaka.....	12
2.2.1. <i>Relationship Marketing</i>	12
2.2.2. Kepuasan Nasabah.....	15
2.2.3. Loyalitas Nasabah.....	17

2.2.4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan	
Nasabah.....	19
2.2.5. Pengaruh Komitmen terhadap Kepuasan	
Nasabah.....	19
2.2.6. Pengaruh Kemampuan Komunikasi terhadap kepuasan	
Nasabah.....	20
2.2.7. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas nasabah.....	21
2.2.8. Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah.....	21
2.2.9. Pengaruh Kemampuan Komunikasi terhadap Loyalitas	
Nasabah.....	22
2.2.10. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah	22
2.3. Kerangka Konseptual	23
2.4. Hipotesis	23
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Identifikasi Variabel.....	25
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4.1. Jenis Data.....	27
3.4.2. Sumber Data.....	28
3.5. Pengukuran Variabel	28
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6.1. Alat Pengumpulan Data.....	29
3.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	29

3.7.1. Populasi.....	29
3.7.2. Sampel.....	30
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
3.8.1. Uji Validitas.....	31
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	31
3.9. Teknik Analisis Data.....	32
3.9.1. Uji Validitas.....	32
3.9.2. Uji Reliabilitas.....	33
3.9.3. Uji Normalitas Data.....	33
3.9.4. Uji Outlier.....	33
3.9.5. Evaluasi Kriteria goodness-of-fit.....	33
 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	 37
4.1. Karakteristik Responden.....	37
4.2. Statistik Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
4.3. Analisis Data.....	45
4.3.1. Uji Validitas.....	45
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	49
4.3.3. Uji Normalitas Data.....	55
4.3.4. Uji Outlier.....	62
4.3.5. <i>Overall Model Fit</i>	65
4.3.6. <i>Structural Model Fit</i>	68
4.3.7. Pengujian Hipotesis.....	70
4.3.7.1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah padaBank Mandiri Syariah di Surabaya.....	 71

4.3.7.2. Pengaruh Komitmen terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.....	71
4.3.7.3. Pengaruh Kemampuan Komunikasi terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.....	72
4.3.7.4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.....	72
4.3.7.5. Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.....	72
4.3.7.6. Pengaruh Kemampuan Komunikasi terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya..	73
4.3.7.7. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya...	73
4.4. Pembahasan	73
4.4.1. Kepercayaan Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank mandiri Syariah di Surabaya.....	73
4.4.2. Komitmen Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.....	74
4.4.3. Kemampuan Komunikasi Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.....	75
4.4.4. Kepercayaan Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.....	77
4.4.5. Komitmen Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.....	78

4.4.6. Kemampuan Komunikasi Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.....	79
4.4.7. Kepuasan Nasabah Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.....	80
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1. Simpulan.....	82
5.2. Saran.....	84
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	87
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian.....	11
Tabel 3.1. <i>Goodness of Fit Indices</i>	35
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	37
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Terakhir Transaksi....	38
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Terakhir Tatap Muka	38
Tabel 4.5. Statistik Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	39
Tabel 4.6. Statistik Deskripsi Variabel Komitmen.....	40
Tabel 4.7. Statistik Deskripsi Variabel Kemampuan Komunikasi.....	42
Tabel 4.8. Statistik Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah.....	43
Tabel 4.9. Statistik Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah.....	44
Tabel 4.10. Uji Validitas Variabel <i>Manifest</i>	46
Tabel 4.11. Reliabilitas Konstruk Kepercayaan.....	50
Tabel 4.12. Reliabilitas Konstruk Komitmen.....	51
Tabel 4.13. Reliabilitas Konstruk Kemampuan Komunikasi.....	52
Tabel 4.14. Reliabilitas Konstruk Kepuasan Nasabah.....	53
Tabel 4.15. Reliabilitas Konstruk Loyalitas Nasabah.....	54

Tabel 4.16.Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.17.Uji Outlier dengan Metode <i>Mahalanobis</i>	62
Tabel 4.18. <i>Goodness of Fit Index</i>	66
Tabel 4.19.Uji Hipotesis.....	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1. Hasil Analisis Jalur.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Jurnal Acuan
Lampiran 3	Data Hasil Pengisian Kuesioner Responden
Lampiran 4	Uji Frekuensi
Lampiran 5	Hasil Pengolahan Amos

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN, DAN KEMAMPUAN
KOMUNIKASI TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN PADA BANK MANDIRI SYARIAH
DI SURABAYA**

ALEXANDER EVANDRI SUSANTO

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pemasaran hubungan yang meliputi kepercayaan, komitmen, dan kemampuan komunikasi dapat mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan analisis SEM dan data primer dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden yang semuanya adalah nasabah Bank Mandiri Syariah di Surabaya.

Hasil dari penelitian bahwa pemasaran hubungan yang meliputi kepercayaan, komitmen, dan kemampuan komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan nasabah, komitmen karyawan, dan kemampuan komunikasi karyawan memang dapat menciptakan loyalitas bagi nasabah yang terutama melalui kepuasan, sedangkan saran bagi perbankan adalah tetap memelihara hubungan baik dengan nasabah melalui pembangunan kepercayaan nasabah, membangun komitmen karyawan dalam pelayanan, dan membangun kemampuan komunikasi karyawan.

Kata kunci: kepercayaan, komitmen, kemampuan komunikasi, kepuasan, loyalitas

**THE INFLUENCE OF TRUST, COMMITMENT, AND
COMMUNICATION SKILLS OF CUSTOMER
LOYALTY THROUGH CUSTOMER
SATISFACTION AT BANK
MANDIRI SYARIAH
IN SURABAYA**

ALEXANDER EVANDRI SUSANTO

ABSTRACT

This research aims to test whether the relationship marketing that includes trust, commitment, and communication skills can affect customer loyalty through customer satisfaction at Bank Mandiri Syariah in Surabaya.

This research using analysis SEM (Structural Equation Model) and data a primer by the number of a sample of as much as 120 a respondent who are all bank mandiri customers syariah in surabaya.

The result of research that relationship marketing that includes trust, commitment, and ability of communication has significant effects on customer loyalty through customer satisfaction at Bank Mandiri Syariah in Surabaya.

This research suggests trust customers, commitment employees, and the ability of communication employees it can create loyalty for customers primarily through customer satisfaction, the advice for the banking sector is still maintain good relations with customers through the development of trust customers, construct an employee in the service commitments, and construct ability communication employees.

Keyword: trust, commitment, communication skills, customer satisfaction, customer loyalty