

ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS

TABUNGAN X

(Studi Kasus: Bank X Cabang Y)

Andri Hermawan – 1000841174

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan jaman, persaingan di dalam industri semakin ketat. Banyaknya perusahaan – perusahaan baru dalam industri sejenis yang mempersempit pangsa pasar dan perusahaan – perusahaan lama yang saling bersaing dalam mengembangkan keunggulan kompetitifnya untuk memperkuat posisinya. Penguatan posisi perusahaan tersebut di dalam segala bidang. Termasuk dalam bidang nilai pelanggan dan peningkatan kepercayaan pelanggan yang bertujuan untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Persaingan tersebut bukan hanya pada industri barang juga terjadi pada industri jasa termasuk industri jasa perbankan. Untuk itu penting bagi perusahaan dalam menciptakan nilai, dan kepercayaan yang superior bagi para pelanggan. Studi kasus dalam penelitian ini adalah penyampaian Nilai Pelanggan dan pembentukan kepercayaan pelanggan yang dilakukan oleh Bank X cabang Y. Tujuan penelitian ini adalah menganalisa penyampaian Nilai Pelanggan melalui Kepercayaan Pelanggan yang berdampak pada Loyalitas Nasabah Tabungan X Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif, Korelasi *Pearson* dan *Path Analysis*. Diolah dengan menggunakan program SPSS v.15. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai Pelanggan akan lebih mempengaruhi Loyalitas Nasabah apabila terlebih dahulu melewati Kepercayaan Pelanggan. Apabila Nilai Pelanggan bersama Kepercayaan Pelanggan secara bersamaan mempengaruhi Loyalitas Nasabah dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan Pelanggan lebih mendominasi dalam mempengaruhi loyalitas nasabah. Melihat dari hasil tersebut maka sebaiknya Bank X dapat memberikan nilai pelanggan yang lebih dapat dipercaya oleh nasabahnya.

Kata Kunci :

Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Nasabah