



**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BANK BRI  
(Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Pamenang Jambi Tahun  
2023)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh:

**AANG RIAN SAPUTRA**

**NPM. 21901081169**



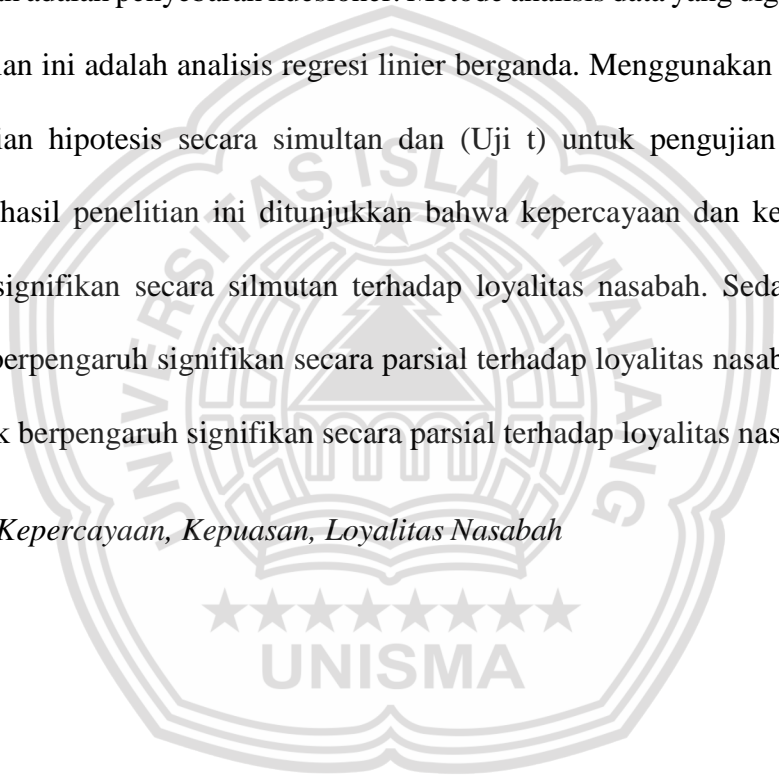
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MALANG**

**2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BRI. Jenis penelitian yang dipakai yaitu kuantitatif. Rumus pengambilan sampel yang digunakan adalah Slovin dan diperoleh 100 nasabah. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Menggunakan (Uji F) untuk pengujian hipotesis secara simultan dan (Uji t) untuk pengujian secara parsial. Pada hasil penelitian ini ditunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan secara silmutan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan, kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah.

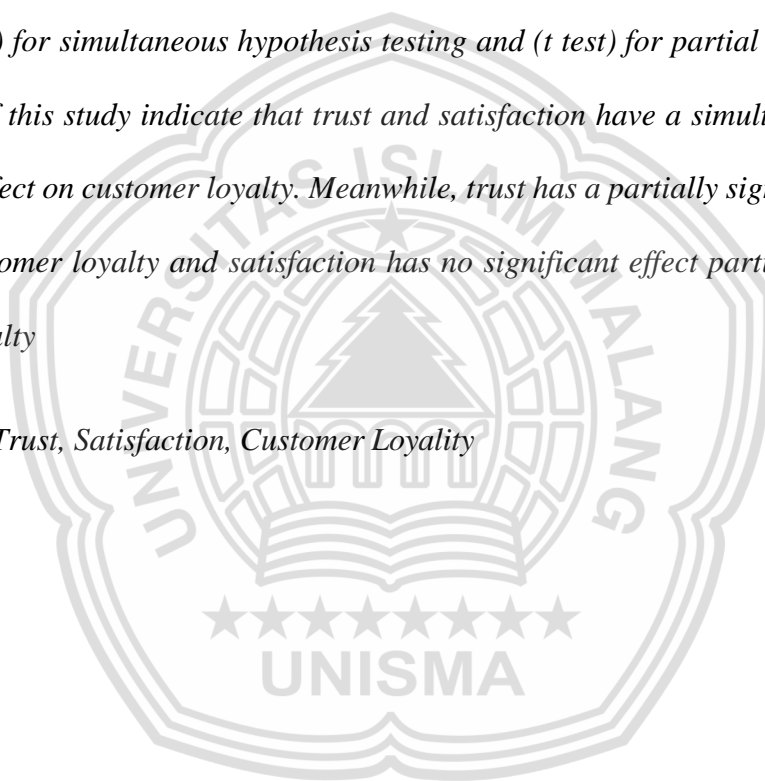
***Kata Kunci : Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas Nasabah***



## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the influence of customer trust and satisfaction on customer loyalty in BRI Bank savings. The type of research used is quantitative. The sampling formula used is Slovin and 100 customers are obtained. Data collection method used is the distribution of questionnaires. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. Using (F test) for simultaneous hypothesis testing and (t test) for partial testing. The results of this study indicate that trust and satisfaction have a simultaneous significant effect on customer loyalty. Meanwhile, trust has a partially significant effect on customer loyalty and satisfaction has no significant effect partially on customer loyalty*

**Keywords :** *Trust, Satisfaction, Customer Loyalty*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perbankan dalam kehidupan di suatu negara adalah salah satu pembangunan atau agen pembangunan. Fungsi utama perbankan yaitu sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali ke masyarakat ke bentuk kredit atau pembiayaan. Sejarah mengenal kegiatan perbankan diawali dari jasa penukaran uang. Sehingga dalam sejarah perbankan, arti bank disebut meja tempat penukaran uang. Yang pada zaman dulu penukaran uang dilakukan antar kerajaan satu dengan yang lain.

Pada dunia perbankan saat ini terdapat persaingan yang sangat ketat. Seiring semakin ketatnya persaingan antar bank berlomba-lomba untuk menarik masyarakat menjadi nasabah. Dalam sebuah perekonomian sangat wajar diwarnai dengan persaingan baik di perusahaan manufaktur, maupun bidang jasa. Hal ini dilakukan oleh setiap perusahaan atau pengusaha agar bisa bersaing dalam dunia usaha, seperti perusahaan yang bisa berperan menguasai pasar dengan cara mendekati pelanggan atau konsumen, yaitu memberikan keinginan atau kebutuhan tersebut secara memuaskan.

Di Indonesia, perbankan mempunyai pangsa pasar sebesar 80% dari keseluruhan sistem keuangan yang ada. Bank merupakan usaha yang mana kegiatannya diatur oleh pemerintah. Seperti bank BRI tidak terlepas dari pengawasan

pemerintah. sebagai salah satu pelaku usaha bank BRI (Bank Rakyat Indonesia) dalam industri tidak terlepas perubahan dari suatu persaingan untuk mendapatkan nasabah. Saat ini para nasabah bank tidak mudah ditebak, ada nasabah yang menginginkan suku bunga tinggi (deposit, giro, tabungan) adapula yang menginginkan suku bunga rendah (pinjaman), transaksi keuangan yang cepat, biaya administrasi yang rendah, efisien, dapat diakses dimanapun, dan kapanpun. Mereka membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal tersebut.

Loyalitas nasabah merupakan komitmen yang dipresentasikan dalam pembelian suatu produk atau penggunaan jasa yang konsisten sepanjang waktu dan ada kecendrungan nasabah untuk melakukan pembelian berulang secara teratur dan merekomendasikan bank yang dipilihnya kepada nasabah lain yang dihasilkan dari rasa percaya dan puas akan kualitas suatu produk atau jasa tertentu. Kotler et al., (2019), menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek tokoh, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Dikatakan loyal apabila nasabah telah melakukan transaksi atau menabung lebih dari 3 kali, hal ini menunjukkan bahwa nasabah puas dan percaya akan pelayanan bank BRI. Kepercayaan nasabah sangatlah penting bagi perkembangan bank BRI.

Kepercayaan suatu nasabah ditunjukkan dengan bergabungnya mereka kesuatu Lembaga tersebut dengan jangka yang lama maka akan menimbulkan loyalitas seorang nasabah. Didukung oleh Ahmad, (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan itu dapat membentuk loyalitas yang baik dari nasabah terhadap lembaga tersebut. Menurut Kotler et al., (2019) yang artinya apabila konsumen

dapat bergantung pada mitra bisnisnya bisa dinyatakan sudah mendapat kepercayaan dari konsumen. Adanya kepercayaan bisa menciptakan loyalitas nasabah, tanpa kepercayaan tidak akan ada loyalitas nasabah. Dengan menciptakan kepuasan dan kepercayaan dapat tercipta loyalitas dibenak nasabah, kepercayaan dan kepuasan nasabah tercipta saat nasabah merasa puas atas pelayanan yang didapatkan. Dapat disimpulkan antara kepercayaan dan kepuasan nasabah mempunyai hubungan satu sama lain dengan loyalitas.

Kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan suatu aset yang tak ternilai bagi bank tersebut. Sebab kepercayaan dipandang sebagai dasar dalam hubungan dengan nasabah. Mengingat nasabah melakukan penilaian terhadap jasa yang mereka dapatkan dan hal ini akan menentukan perilaku mereka selanjutnya, maka bank perlu mempunyai banyak perhatian pada cara agar jasa yang mereka berikan dinilai baik oleh nasabah. Kepercayaan nasabah merupakan kesediaan untuk berserah terhadap suatu otoritas berdasarkan harapan positif akan tindakan dan niat, ketika ada kepercayaan dari nasabah, nasabah tersebut mau mengambil resiko yang akan membuatnya kecewa. Saat nasabah merasa percaya akan diiringi kepuasan serta harapan atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Produk dan jasa yang dianggap memuaskan adalah bisa memberikan apa yang dicari oleh konsumen sampai tingkat yang memuaskan. Dalam teori perilaku konsumen kepuasan lebih banyak diartikan dari pandangan pengalaman konsumen setelah menggunakan produk atau jasa. Contoh kepuasan berupa pelayanan yang baik, ramah, di persilahkan duduk, bila tempat duduk penuh akan disediakan tempat duduk, tidak hanya itu di meja teller atau customer servis disediakan permen untuk nasabah.

Kepuasan nasabah diukur dari perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan jika itu semua sesuai oleh yang dipikirkan dan diharapkan nasabah maka timbul yang namanya kepuasan jika nasabah puas maka akan ada namanya loyalitas yang diberikan oleh nasabah itu sendiri. Kotler et al., (2019). Bisa diartikan kepuasan adalah perasaan yang muncul dari pikiran nasabah yang mendapatkan pelayanan yang mereka harapkan, sehingga muncul loyalitas masyarakat untuk bergabung pada bank sebagai nasabahnya. Sebagai contoh nasabah loyal mereka memiliki kepuasan tentang pelayanan yang karyawan berikan terhadap nasabah bank BRI, percaya bahwa bank BRI bisa jujur dan bank yang baik, seperti nasabah ditawarkan promosi atau program-program yang menguntungkan bagi nasabah.

Ahmad et al., (2022) menyatakan bahwa memang kepercayaan, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Menurut Lestari & Hamka, (2019) menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah namun kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Menurut Nuraisah & Kusumo, (2019) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Dari 10 responden yang mengisi kuesioner bisa dilihat apakah nasabah loyal atau tidak terhadap bank BRI pamenag. Sebagian ada yang menjawab adanya kepercayaan namun dalam hal pelayanan masih kurang, dikarenakan penumpukan nasabah pada customer servis dan teller sehingga memberikan dampak kurang puas. Hal ini bisa dilihat pada pra operasi tabel 1.1 dan tabel 1.2 dibawah:

**Tabel 1. 1 Kepuasan Nasabah**

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Tingkat Kepuasan
1	Saya merasa puas terhadap pelayanan pada bank BRI	5	5	50%
2	Saya merasa puas karyawan terampil dan berpengalaman cepat dalam melayani	4	6	40%
3	Saya merasa puas terhadap ruangan dan tempat duduk yang Memadai	3	7	30%

**Tabel 1.2 Kepercayaan Nasabah**

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Tingkat Kepercayaan
1	Saya percaya bank BRI memberikan layanan yang terbaik	5	5	50%
2	Saya percaya sistem pemberian bunga yang komparatif dengan bank lain	6	4	60%
3	Saya percaya BRI adalah bank yang baik	7	3	70%

Dari tabel diatas bisa disimpulkan bahwa kepuasan mengalami penurunan dilihat dari pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh bank BRI, sedangkan kepuasan dari pertanyaan layanan yang terbaik mengalami penurunan, maka peneliti tertarik untuk meneliti atau menganalisis loyalitas nasabah, maka penelitian ini diberi judul “**Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI**”.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank BRI cabang Pamenang?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank BRI cabang Pamenang?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank BRI cabang Pamenang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank BRI cabang Pamenang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank BRI cabang Pamenang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank BRI cabang Pamenang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis:

- a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan wawasan, ilmu pengetahuan atas kepercayaan dan kepuasan untuk bisa menganalisa loyalitas nasabah Bank BRI.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan membantu memberikan pengembangan teori dari kepercayaan dan kepuasan

terhadap loyalitas nasabah Bank BRI.

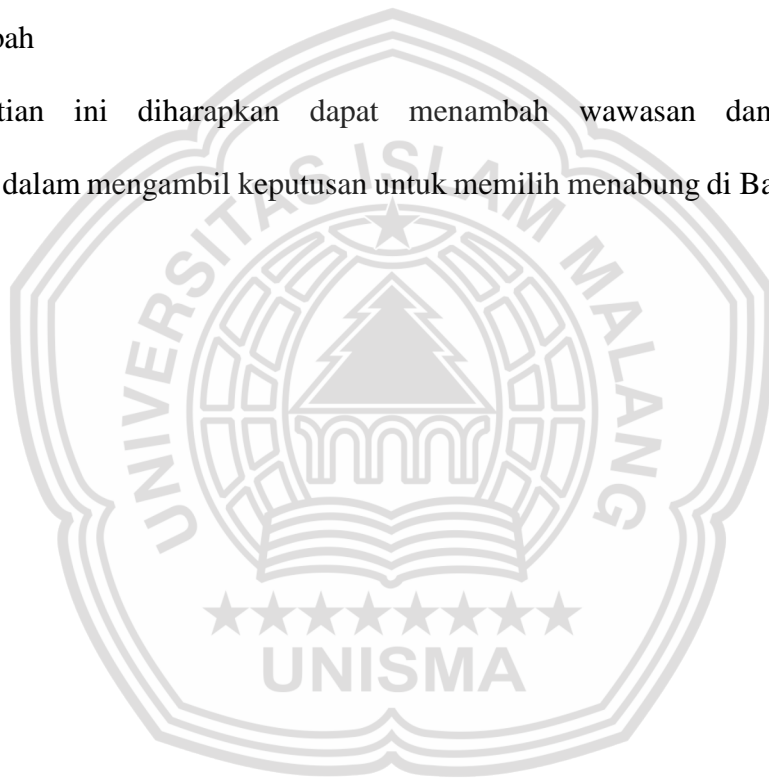
2. Manfaat secara praktis:

a. Bagi Bank BRI

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada Bank BRI sebagai bahan evaluasi agar menjadi bahan pertimbangan untuk mempertahankan nasabah dan menambah nasabah.

b. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk memilih menabung di Bank BRI.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel kepercayaan, kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Pamenang. Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis kepercayaan (X1), kepuasan (X2) terhadap loyalitas (Y) pada loyalitas nasabah bank BRI cabang Pamenang maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah.
3. Kepuasan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait. Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank BRI

Bank BRI harus meningkatkan kepercayaan serta kepuasan yang dimiliki nasabah, agar nasabah bank dapat tetap memberikan loyalitas.

2. Bagi Nasabah

Memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk memilih menabung di Bank BRI.

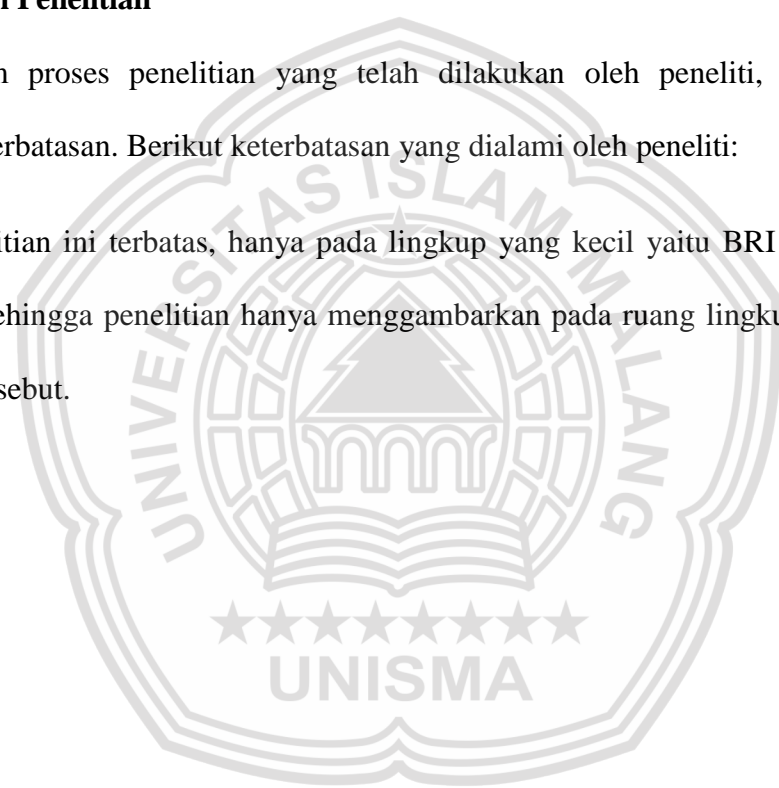
### 3. Bagi Penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan bahan pertimbangan penelitian selanjutnya, khususnya pada penelitian yang sama. Peneliti mengharapkan agar peneliti selanjutnya menggunakan variabel-variabel yang lebih bervariasi, dan memperluas objek penelitian.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa keterbatasan. Berikut keterbatasan yang dialami oleh peneliti:

Penelitian ini terbatas, hanya pada lingkup yang kecil yaitu BRI Cabang Pamenang, sehingga penelitian hanya menggambarkan pada ruang lingkup objek penelitian tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Siswadhi, F., & Sarmigi, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan RELigiusitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. Bank Nagari. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 4(1), 49–62.
- Al Kanzu, H., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Religius Untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi Pada BNI Syariah Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 84–95.
- Asan, L., Massie, J. D. D., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 617–627.
- Chandra, V., Huang, P., Hamuro, Y., Raghuram, S., Wang, Y., Burris, T. P., & Rastinejad, F. (2008). Structure of the intact PPAR- $\gamma$ -RXR- $\alpha$  nuclear receptor complex on DNA. *Nature*, 456(7220), 350-356.
- Chandra, Y., Tjiptono, F., & Setyawan, A. (2021). The promise of entrepreneurial passion to advance social entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing Insights*, 16, e00270.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM dan SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2007). *Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen: Fokus pada konsumen kartu kredit perbankan*.
- Jeremia, K., & Djurwati, P. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada CV. Sarana MarineFiberglass. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 831–840.
- Jochen, W., & Lovelock, C. (2018). *Essentials of services marketing*.
- Kotler, P. T., Pereira, E., do Nascimento, H., & LEE, N. R. (2019). *Marketing social*. Saraiva Educaçãõ SA.
- Lestari, A. S., & Hamka, S. R. (2019). Analisis PIECES dalam Implementasi Kebijakan E-Learning di IAIN Kendari. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 103–125.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*.
- Madjid, R. (2013). Customer trust as relationship mediation between customer

- satisfaction and loyalty at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi. *The International Journal of Engineering and Science*, 2(5), 48–60.
- Majuarsa, I. W., Astuti, W., & Chandrarin, G. (2020). Analisis Kualitas Layanan Dalam Memediasi Pengaruh Harga, Produk, Pemasaran Relasional, Dan Mcsq Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Empat Di Kabupaten Badung, Bali. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 3(2), 94–108.
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. (1994), “The commitment-trust theory of relationship marketing”, *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.
- Mowen, T. J. (2015). Parental involvement in school and the role of school security measures. *Education and Urban Society*, 47(7), 830–848.
- Murwaji, T., & Robby, A. H. (2017). Edukasi dan Penyehatan Koperasi Melalui Linkage Program Perbankan. *PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*, 4(3), 454–472.
- Nugraheni, E. Y., Hidayat, A., & Fitriani, Y. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kreatif melalui Desain Produk Kerajinan pada UKM Mads Sasirangan Kabupaten Banjar. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, 2(1), 59–65.
- Nuraisah, G., & Kusumo, R. A. B. (2019). Dampak perubahan iklim terhadap usaha tani padi di desa Wanguk kecamatan Anjatan kabupaten Indramayu. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 5(1), 60–71.
- Putra, D. (2016). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan toko Online (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Rahmani-Nejad, L., Firoozbakht, Z., & Taghipoor, A. (2014). Service quality, relationship quality and customer loyalty (Case study: Banking industry in Iran). *Open Journal of Social Sciences*, 2(04), 262.
- Ramadhani, W., & Rasmikayati, E. (2017). Pemilihan Pasar Petani Mangga Serta Dinamika Agribisnisnya di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(2), 185–205.
- Setiawan, H., & Bustan, J. (2017). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 1–12.
- Sugiyono, D. (2019). Statistika untuk Penelitian (Cetakan ke-30). *Bandung: Cv Alfabet*
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas tuntas penelitian akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supomo, B., & Indriantoro, N. (2014). Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi & manajemen. *Yogyakarta: BPFE*.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa—prinsip, penerapan, dan penelitian.

*Yogyakarta: Andi Offset.*

Tambunan, Anggiat P. "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada sebuah Bank Daerah di Kota Medan)." *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, vol. 1, no. 1, 2018, pp. 40-47.

Wahyuni, E. T. (2015). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 12(2).

