

INTISARI

Penelitian dilakukan pada nasabah Bank Central Asia di Surabaya yang memiliki dan aktif menggunakan rekening Tahapan BCA untuk melakukan transaksi dalam 6 bulan terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek Tahapan BCA Nasabah di Surabaya. Untuk mempertahankan nasabahnya agar tetap loyal maka Bank Central Asia selalu memberikan pelayanan yang optimal secara berkesinambungan. Hal ini perlu dilakukan agar nasabah tidak berpindah ke penyedia jasa lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel 100 nasabah Tahapan BCA di Surabaya yang diambil secara acak. Adapun teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner di beberapa cabang utama Bank Central Asia yang ada di Surabaya. Kuesioner terdiri dari 2 bagian pernyataan, yaitu pernyataan tentang kepuasan pelanggan berjumlah 16 pertanyaan dan pernyataan tentang loyalitas merek berjumlah 10 pernyataan. Metode pengolahan data menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis koefisien determinasi. Pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan uji t. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,283 atau 28,3% variasi loyalitas merek Tahapan BCA pada nasabah di Surabaya mampu dijelaskan oleh variasi kepuasan pelanggan. Untuk pengujian hipotesis penulis menggunakan uji-t dengan nilai $\alpha = 0,05$ dan dengan derajat kebebasan $dk = n-2$ maka dari hasil penelitian diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,985$ dan $t_{hitung} = 6,225$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka dengan demikian H_0 ditolak. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek Tahapan BCA pada nasabah di Surabaya.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Merek, Tahapan BCA

ABSTRACT

The study was conducted on customers of Bank Central Asia in Surabaya who own and actively use the account Tahapan BCA to do transactions in the last 6 months. This study aimed to investigate the effect customer satisfaction against brand loyalty Customer Tahapan BCA in Surabaya. To maintain its customers in order to stay loyal, Bank Central Asia always give the optimum service continuously. This is necessary so that the customers do not switch to other service providers. This study uses a quantitative approach. This study used a sample of 100 customers Tahapan BCA in Surabaya drawn at random. The data collection techniques is to spread the questionnaire in several major branches of Bank Central Asia in Surabaya. The questionnaire consisted of two parts of the statement, the statement of customer satisfaction totaling 16 questions and statements about the brand loyalty of about 10 statements. Methods of processing the data using a simple regression analysis and analysis of the coefficient of determination. Testing the hypothesis in the study using the t test. Based on the results obtained by the coefficient of determination (r^2) of 0.283 or 28.3% of the variation in brand loyalty Tahapan BCA customers in Surabaya be explained by variations in customer satisfaction. To test the hypothesis the authors using t-test with a value of $\alpha = 0.05$ and the degrees of freedom $df = n-2$ the value of the research results obtained $t_{table} = 1.985$ and $t_{count} = 6.225$ so $t_{count} > t_{table}$. So thus H_0 is rejected. Based on the results of this study concluded that there is an influence of customer satisfaction against brand loyalty Tahapan BCA customers in Surabaya.

Key words: Customer Satisfaction, Brand Loyalty, Tahapan BCA