

ABSTRACT

THE EFFECT OF QUALITY AND TRUST ON LOYALTY OF PT BANK RAKYAT INDONESIA PURWODADI BRANCH

This study aims to examine the effect of quality and trust on loyalty using the object of the customer of Bank BRI Purwadadi branch. The study was triggered by the phenomenon based on data that there were many accounts of customers that no longer active in 2012 and therefore their account automatically closed. Besides, the theoretical background says that quality, trust, and loyalty play an important role in this case.

Samples were compiled proportionally by using convenience sampling technique and data was taken by using questionnaire. The questionnaire tested in terms of both validity and reliability with factor loading 0.5 to ensure that it is good enough before used extensively. Using multiple regression analysis, 120 samples divided by two groups both from account holders that still active and those who no longer active and then tested by statistics F-test, t-test, adjusted R square and standardized beta. Data processing used Statistical Package for Social Sciences (SPSS) version 17.0.

The results show that loyalty is affected by quality and trust simultaneously with F-test significant at 0.00 higher than 0.05 and the model can explain 66.7% of the variation of loyalty indicated by R square value. Furthermore, both independent variables are also significance with t-tests significance at 0.00 and 0.004 respectively. These results depict the evidences that both quality and trust individually affect loyalty of customer of Bank Rakyat Indonesia Purwodadi branch.

Keywords: Quality, Trust, Loyalty

INTISARI

PENGARUH KUALITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT BANK RAKYAT INDONESIA CABANG PURWODADI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BRI kantor cabang Purwodadi. Alasan mengangkat permasalahan ini adalah adanya fenomena berdasarkan data BRI bahwa banyak nasabah yang tidak aktif sehingga rekening mereka tutup secara otomatis. Disamping itu ada teori yang melandai, bahwa kualitas dan kepercayaan mempengaruhi loyalitas.

Sampel dikumpulkan menggunakan teknik *convenience sampling* dengan mempertimbangkan proporsi yang seimbang antara kelompok populasi yang masih memiliki rekening dan kelompok nasabah yang sudah tutup rekeningnya karena sudah tidak aktif. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner yang sebelumnya diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan acuan nilai 0,5 dan 0,7 untuk memastikan bahwa kuesioner tersebut sudah baik. Data dari sejumlah 120 responden diolah menggunakan regresi berganda dengan uji F-test, t-test, serta melihat koefisien determinasi dan nilai beta standarnya. Program SPSS yang dipakai adalah versi 17.0.

Hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas dan kepercayaan secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas dengan tingkat signifikansi uji F sebesar 0,00. Sementara itu kualitas dan kepercayaan secara individu berpengaruh pada loyalitas yang ditunjukkan oleh uji t signifikan berturut-turut pada 0,00 dan 0,004. Hasil ini membuktikan secara kuat bahwa kualitas dan kepercayaan berpengaruh pada loyalitas.

Kata kunci: Kualitas, Kepercayaan, Loyalitas