

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PERUMDA BPR.BANK DAERAH LAMONGAN

*(The Effect Of Trust And Commitment On Customer Loyalty In
PERUMDA BPR. BANK DAERAH LAMONGAN)*

ZUNI DWI WIDIANTI

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Lamongan

zunidwiwidianti@gmail.com

Website:

Abstrak

Kata Kunci:

*Kepercayaan, Komitmen,
dan Loyalitas*

Pemasaran merupakan rangkaian dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan yang ditujukan untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen. Tujuan dari riset ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada PERUMDA BPR. Bank Daerah Lamongan.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan metode pengambilan sampel dengan *simple random sampling*. Populasi dalam riset ini adalah nasabah PERUMDA BPR Bank Daerah Lamongan, sehingga sampel yang diperoleh dari populasi tersebut merupakan sebanyak 98 responden yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin.

Berdasarkan hasil uji F (simultan) diperoleh F_{hitung} sebesar 111,696 dan nilai signifikansinya 0,000, sedangkan F_{tabel} sebesar 3,09 dengan $\alpha = 0,05$. Bersumber dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan tentang kepercayaan dan komitmen berpengaruh pada loyalitas nasabah secara bersamaan (simultan), karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($111,969 > 3,09$) serta nilai signifikansi penelitian lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Dari hasil uji t (parsial) kepercayaan dan komitmen mempengaruhi secara parsial akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PERUMDA BPR. Bank Daerah Lamongan, bisa disimpulkan kalau kedua variabel tersebut berpengaruh positif serta

signifikan.

Keywords :

Trust, Commitment, and Loyalty

Alamat Kantor:

Abstract

Marketing is a series of interrelated activities aimed at product planning, pricing, promoting and distributing goods and services to consumers. The purpose of this research is to determine the effect of trust and commitment on customer loyalty at PERUMDA BPR. Lamongan Regional Bank.

This type of research uses quantitative methods and uses a sampling method with simple random sampling. The population in this research is the customers of PERUMDA BPR Bank Daerah Lamongan, so that the sample obtained from the population is 98 respondents calculated using the slovin formula.

Based on the results of the F (simultaneous) test, Fcount is 111,696 and the significance value is 0.000, while Ftable is 3.09 with $\alpha = 0.05$. Based on these results, it can be concluded that trust and commitment affect customer loyalty simultaneously (simultaneously), because Fcount > Ftable (111.969 > 3.09) and the research significance value is less than 0.05 (0.000 < 0.05).

From the results of the t test (partial) trust and commitment will partially affect customer loyalty at PERUMDA BPR. Lamongan Regional Bank, it can be concluded that the two variables have a positive and significant effect.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Amaliana, S. (2020). jurnal manajemen ekonomi. *pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bprs Suriyah Kantor Pusat Cilacap*, 33-54.
- Arif, M. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian . *Jurnal Ilmu Manajemen*, 472-481.
- Arif, M. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian . *Jurnal Ilmu Manajemen*, 472-481.
- Kotler dan Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media, Jakarta.

Zuni Dwi Widianti

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.

Sunyoto, D. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.

Kotler Dan Keller. 2016. *Marketing Management*. 15 ,Boston, Pearson Education.

Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media, Jakarta.

Pramana dan Rastini. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-jurnal Manajemen Unud*. Volume 5; 706-733.

Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.

Sunyoto, D. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.

Suparmi dan Handhoko. 2018. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Yodya Karya (Persero) Cabang Utama Semarang. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*. Volume 7; 102- 117.

Supertini. (2020). Pengaruh kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Rwehadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Jurnal manajemen dan bisnis*, 61-72.

Thamrin dan Tantri. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1, Cetakan ke-7, Rajawali Pers, Depok.

Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Andi. Yogyakarta.

Trifiya, C. (2020). Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Komunikasi terhadap Loyalitas Nasabah pada PT BPR Dana Nusantara Cabang Nagoya di Kota Batam. *Journal of Management Accounting, Economic and Business*, 01, 188-195.

Yulianti dan Saputri. 2016. *Pengetahuan produk dan konsep harga*. Yogyakarta: cv budi utama.