

# **Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Yudha Bhakti Tbk**

**Oleh**

**Lugas Handrogumarang**

**Abstrak**

Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Berbagai produk ditawarkan oleh bank, seperti produk tabungan dan kredit. Produk tabungan dan kredit merupakan produk unggulan yang ditawarkan pada industri perbankan. Penelitian ini dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh *customer relationship marketing* terhadap tumbuhnya rasa loyalitas melalui kepercayaan. *Customer relationship marketing* dipengaruhi oleh komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan. Kepercayaan dipengaruhi oleh kepedulian pada keamanan transaksi, konsistensi dalam pemberian pelayanan berkualitas, dan rasa hormat yang ditunjukkan oleh karyawan bank. Loyalitas dapat diketahui dengan adanya perilaku pembelian berulang, tetap memilih perusahaan tersebut, merekomendasikan perusahaan tersebut, dan memiliki keyakinan bahwa merek tersebut yang terbaik. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan menyebar kuesioner kepada 50 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik analisis menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menyatakan *customer relationship marketing* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa *customer relationship marketing* secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Marketing*, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan.

# **Customer Loyalty At PT Bank Yudha Bhakti Tbk**

**By**

**Lugas Handrogumarang**

## ***Abstract***

*Bank is a company engaged in the services sector. Range of products offered by banks, such as savings and loan product. Savings and loan products is an excellent product that is offered in the banking industry. This study was conducted to see whether or not the influence of customer relationship marketing to the growing sense of loyalty through trust. Customer relationship marketing is influenced by the commitment, communication, and handling of complaints. Confidence is affected by concern for the security of transactions, consistency in quality service delivery, and the respect shown by the bank employees. Loyalty can be detected by the repeat purchase behavior, still choose the company, recommending the company, and have confidence that the brand is best. Data collection techniques using primary data by spreading questionnaires to 50 respondents. The sampling technique in this research is Non-Probability Sampling with Purposive Sampling method. Mechanical analysis using Partial Least Square (PLS). The results stated customer relationship marketing direct significant effect on customer loyalty. In this study it can be stated that customer relationship marketing indirectly significant effect on customer loyalty through customer confidence.*

*Keywords: Customer Relationship Marketing, customer trust, customer loyalty.*