

# Analisis faktor faktor customer loyalty pada industri perbankan dengan metode structural equation modeling = Analysis of customer loyalty factors in banking industry with structural equation modeling

Awal Maulana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20347739&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Untuk mempertahankan dan mengembangkan hubungan dengan konsumen, kepuasan pelanggan (customer satisfaction) adalah hal yang utama. Dari kepuasan ini akan tercipta loyalitas pelanggan yang pada akhirnya akan menjamin kehidupan dan daya saing bisnis perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa yang harus diprioritaskan oleh perusahaan untuk terus ditingkatkan kualitasnya, hal tersebut untuk meningkatkan customer satisfaction dan customer loyalty bagi perusahaan pada tiga bank BUMN, yaitu Bank BNI, Bank BRI, dan Bank Mandiri.

Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah bank reliability, physical aspect, bank trust, customer orientation, bank image, bank facilities, dan bank fee. Dengan metode structural equation modeling didapatkan bahwa faktor yang berpengaruh pada customer satisfaction dan customer loyalty pada setiap bank berbeda-beda. Oleh karena itu, bank-bank tersebut juga harus menyesuaikan perancangan aktivitas Customer Relationship Management (CRM) dari sisi yang berbeda pula.

.....In order to retain customers and develop relationship with them, customer satisfaction is the main key. Customer satisfaction will lead to customer loyalty that will ultimately guarantee the existence and competitiveness of the organization. This research aims to find out what factors should be prioritized to continuously be improved that will increase customer satisfaction and customer retention of the company on three state-owned banks, Bank BNI, Bank BRI, and Bank Mandiri.

The factors used in this research are bank reliability, physical aspect, bank trust, customer orientation, bank image, bank facility, and bank fee. Structural equation modeling method shows that the factors that influence customer satisfaction and customer loyalty at each bank are different and therefore each bank also has to adjust the design of their CRM activities from different side.