

ABSTRAKSI

Era pasar bebas dan globalisasi yang saat ini sedang terjadi, akan membawa dampak yang sangat besar terhadap perkembangan industri di dalam negeri. Perbankan merupakan salah satu sektor industri yang harus waspada akan perubahan tersebut. Globalisasi akan berdampak pada semakin berkembangnya sektor perbankan di Indonesia sehingga menciptakan kondisi persaingan antar perbankan yang semakin ketat. Meningkatnya persaingan dan cepatnya deregulasi perbankan telah mendorong bisnis jasa perbankan untuk mencari solusi yang mendatangkan keuntungan dengan cara mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Bank melihat pentingnya arti loyalitas nasabah karena saat ini nasabah lebih cerdas, sadar harga, banyak menuntut, kurang memaafkan dan didekati banyak produk.

Setiap bank pasti menginginkan semua nasabahnya loyal, salah satu solusi untuk mempertahankan bahkan meningkatkan loyalitas nasabah dalam industri perbankan adalah dengan memperhatikan kualitas layanan, nilai nasabah (*customer value*), dan citra perusahaan. Penelitian terapan ini mengambil studi kasus nasabah kredit ritel komersial PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Semarang Pattimura dengan sampel 85 nasabah. Nasabah ritel komersial adalah nasabah yang menikmati fasilitas kredit modal kerja dari Bank BRI dengan plafond > Rp 100 juta s/d Rp 5 milyar. Alasan pemilihan penelitian terapan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura mengenai loyalitas nasabah adalah karena adanya fenomena yang cukup menarik yaitu menurunnya jumlah *account* (nasabah) kredit ritel komersial pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura selama tiga tahun berturut-turut.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dianalisis mengenai pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah dan citra perusahaan (variabel independen) terhadap loyalitas nasabah (variabel dependen). Dengan menggunakan model regresi linier dan dianalisis dengan program SPSS versi 17.0, didapatkan hasil bahwa kualitas layanan, nilai nasabah dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan loyalitas nasabah kredit ritel di BRI Cabang Semarang Pattimura, manajemen perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas layanan, nilai nasabah dan citra perusahaan, karena ketiga faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya loyalitas nasabah kredit ritel komersial di BRI Cabang Semarang Pattimura. Implikasi teoritis, implikasi manajerial, dan saran-saran untuk penelitian mendatang juga diuraikan pada bagian akhir penelitian ini.

Kata Kunci: *Kualitas layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, dan loyalitas nasabah.*