

Pengaruh Aktivitas Customer Relation Management Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI KCP Candi Sidoarjo

Oleh:

Rifka Annisa Amalia
Ainur Rochmaniah, M.Si

Progam Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Agustus, 2023

Pendahuluan

Persaingan di industri perbankan muncul sebagai akibat dari ekspansi ekonomi Indonesia, khususnya di sektor jasa. Penerapan Customer Relationship Management (CRM) dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan dipandang sangat efektif dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

Bank BNI KCP Candi Sidoarjo dari tahun 2019, ditunjang dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh bank BNI KCP Candi Sidoarjo yang beragam meliputi BNI ATM. BNI Phone Banking, Layanan Gerak. BNI Debit Online. QRIS. Internet Payment Gateway. Buka Rek. Tabungan Digital dan lain sebagainya sehingga mampu memenuhi segala kebutuhan perbankan dan transaksi nasabah dengan baik yang pada akhirnya mampu menciptakan loyalitas nasabah

Rumusan Masalah

Apakah Aktivitas Customer Relation Management berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI KCP Candi Sidoarjo ?

Metode



Metode penelitian kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuisioner



Populasi yaitu seluruh Nasabah Bank BNI KCP Candi Sidoarjo sebanyak 1120 nasabah

Teknik pengambilan sampel yaitu teknik *simple random sampling*

Sampel sebanyak 100 responden



Variabel terikat yaitu : Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel Bebas yaitu : *Customer Relationship Management* (X) yang terdiri dari 3 yaitu Manusia (*people*) (X1); Proses (*process*) (X2); Teknologi (*technology*) (X3)

Olah data menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis

Hasil

Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	44	44
Perempuan	56	56
Umur		
20-30 tahun	7	7
31-40 tahun	30	30
41-50 tahun	37	37
> 51 tahun	26	26
Pendidikan		
SMA	5	5
Diploma	11	11
S1	77	77
S2	7	7
Jumlah	100	100%

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	13.729	1.665		8.245	.000
People	.295	.108	.316	3.181	.017
Process	.434	.121	.480	3.708	.000
Technology	.376	.117	.468	3.201	.002

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

1. Pada Variabel *People* nilai signifikan sebesar 0,017 dibawah 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial *People* terhadap Loyalitas nasabah
2. Pada Variabel *Process* nilai signifikan sebesar 0,000 dibawah 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial *Process* terhadap Loyalitas nasabah
3. Pada Variabel *Technology* nilai signifikan sebesar 0,002 dibawah 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial *Technology* terhadap Loyalitas nasabah

Kesimpulan Penelitian

- Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat
 1. Pengaruh aktivitas *Customer Relation Management* secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank BNI KCP Sidoarjo,
 2. Pengaruh aktivitas *Customer Relation Management* secara parsial yaitu *people*, *process* dan *technology* terhadap loyalitas nasabah Bank BNI KCP Sidoarjo. Kemudian secara simultan *people*, *process* dan *technology* juga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan pengaruh ketiga variabel tersebut dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam kategori kuat.
- Penelitian ini telah menganalisis pengaruh *Customer Relation Management* terhadap *Customer Loyalty* pada Nasabah Bank BNI KCP Candi Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh dimensi *Customer Relation Management* terhadap *Customer Loyalty* saling terkait.

Referensi

- [1] Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* Edisi 9 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- [2] Lautiainen, T. (2015). *Factors Affecting Consumers' Buying Decision in The Selection of A coffee Brand*. THESIS
- [3] Darmanto, dan Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: deepublish.
- [4] Burtonshaw dan Gun. (2011). *Alat dan teknik analisis manajemen*. Indeks Jakarta..
- [5] Griffin, Jill. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Erlangga. Jakarta
- [6] Barnes, James. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management* (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan. Yogyakarta : ANDI
- [7] Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management* (Manajemen Hubungan Pelanggan) Concepts and Tools. Jakarta : Bayumedia.
- [8] Indah, D dan Devie (2013). Analisis pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. *Business Accounting Review*. Vol. 1 No.2, 2013. <http://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/568>
- [9] Kotler, P dan Keller, K, L. (2018). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- [10] Lumintang, M (2013). Promosi dan *Customer Relationship Management* pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) cabang Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No.4 Desember 2013, Hal 1033-1041. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2841>
- [11] Pramana, I.G.Y dan Restini, N.M (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah bank mandiri cabang veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen Umud*. Vol.5 No.1 2016, Hal 703-733. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+kualitas+pelayanan+terhadap+kepercayaan+nasabah+dan+loyalitas+nasabah+bank+mandiri+cabang+veteran+Denpasar+Bali&btnG
- [12] Siddiqi, T., Khan, K. A., dan Sharna, S. M. (2018). Impact Of Customer Relationship Management On Customer Loyalty: Evidence From Bangladesh's Banking Industry. *International Journal of Business, Economics and Law*. Vol 15, Issue 5.ISSN: 2289 – 1552. <https://www.ijbel.com>
- [13] Mu'arotun, R. E., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah Kredit PT Pegadaian (Persero) Cabang Demak. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 311-322.
- [14] Pebriyanti, N. P. B., Kawiana, I. G. P., & Suputra, G. A. (2022). Meningkatkan Loyalitas Nasabah dengan Customer Relationship Marketing, Nilai Nasabah, dan Kualitas Pelayanan. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 740-748.
- [15] Novita, I., & Mardian, I. (2022). Pengaruh Customer Relationship Manajemen Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Dimensi*, 11(1), 1-11.
- [16] Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

