

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Kepuasan Nasabah dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah. Hipotesis penelitian ini adalah semakin besar kepuasan nasabah penabung yang dirasakan, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah penabung bank BNI 46, begitu pula semakin baik reputasi bank BNI 46 akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah penabung, serta kepuasan nasabah penabung dan reputasi perusahaan bank BNI 46 secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas nasabah penabung. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *deskriptif* dengan teknik penelitian yang digunakan adalah ekplanasi survey. Penelitian ini mengkaji hubungan antara kepuasan nasabah penabung, reputasi perusahaan dan loyalitas nasabah penabung dengan menggunakan teknik regresi. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Pengolahan data menggunakan analisis regresi berganda dan data deskriptif analisis menggunakan teknik rata-rata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak terlalu berperan dalam membentuk loyalitas nasabah penabung, sedangkan secara bersama-sama,kepuasan nasabah dan reputasi perusahaan berpengaruh terhadap pembentukan loyalitas nasabah penabung. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa bank BNI perlu untuk tetap meningkatkan reputasinya walaupun nilai koefisiennya tidak terlalu besar, dan manajemen lebih fokus dalam meningkatkan kepuasan nasabah penabung.

ABSTRACT

This study aim is to determine the contribution of customer satisfaction and company reputation towards customer loyalty. The hypothesis of this study is the higher customer satisfaction perceived, the better the company's reputation in this case is Bank BNI 46, as well as the good reputation of Bank BNI 46 will affect to customer's loyalty. This study is using descriptive method and the research techniques is using survey explanation. This study also examined the relationship between customer satisfaction, the organization's reputation and customers loyalty using regression techniques. Data were collected using a questionnaire with Likert scale. Processing data using multiple regression analysis and descriptive data analysis techniques. The results showed that the reputation of Bank BNI 46 is not too significant in the correlations between customer satisfaction and customer loyalty. It can also concluded that the management is giving less attention towards organizational reputation.