

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Genap 2019/2020

## PENGARUH PENGALAMAN NASABAH PERBANKAN TERHADAP LOYALITAS DI KOTA BATAM MELALUI SALURAN INTERAKSI LURING MAUPUN DARING

Metha Selvia  
NPM: 1641236

### ABSTRAK

Indonesia sebagai Negara yang memiliki perkembangan pada bidang keuangan atau jasa perbankan menjadikan pertimbangan bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang bermaksud meneliti lima dimensi pada pengalaman pelanggan nasabah perbankan terhadap *loyalty*. Kelima dimensi tersebut mencakup *cognitive dimension*, *affective dimension*, *sensory dimension*, *behavior dimension*, dan juga *social dimension*. Pada dimensi *affective*, peneliti tidak hanya terpaku pada emosi positif namun juga negatif. Penelitian berfokus terhadap dua saluran interaksi yaitu saluran interaksi secara luring dan juga daring.

Peneliti melakukan pendistribusian kuesioner menggunakan media berbasis daring yaitu *google forms*. Kuesioner memiliki 24 pertanyaan dan didistribusikan melalui media sosial, dengan jumlah kuesioner yang kembali sebanyak 309 responden. Penelitian ini terbatas dengan nasabah yang menggunakan atau memiliki rekening perbankan. Data yang berhasil dikumpulkan diuji dengan memanfaatkan aplikasi SPSS untuk menguji data *outer loading*, kemudian dilanjutkan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS untuk menguji hasil hipotesis.

Hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa emosi negatif lebih mempengaruhi nasabah dibandingkan emosi positif dalam keloyalitasannya terhadap perbankan. Selain itu, ditemukan juga bahwa perbedaan saluran interaksi yang digunakan nasabah mempengaruhi pengalaman nasabah tersebut sehingga hal ini mempengaruhi loyalitas nasabah.

**KataKunci:** *customer experience, loyalty, cognitive dimension, affective dimension, sensory dimension, behavior dimension, social dimension.*