

## ABSTRAK

### ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PERSONAL SELLING* DAN *COMPLAIN HANDLING* MELALUI *SATISFACTION* SERTA *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION*

(Survei Nasabah Tabungan Bank Syariah Mandiri kantor kas UII)

ANGGI RADYSTA PRATAMA

14423048

## ABSTRAK

### Analisis Pengaruh *Service Quality*, *Personal Selling* dan *Complain Handling* Melalui *Satisfaction* Serta *Trust* terhadap *Customer Retention*

(Survei Nasabah Tabungan Bank Syariah Mandiri kantor kas UII)

ANGGI RADYSTA PRATAMA

14423048

Bank Syariah Mandiri di dirikan pada tahun 1999 dan merupakan anak perusahaandari Bank Mandiri dengan mayoritas saham hingga 99% dimiliki oleh PT. Bank Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan Bank Syariah terbesar yang ada di Indonesia dengan total asset mencapai 83,1Triliun pada april tahun 2017 Untuk dapat berkompetisi dalam dunia perbankan tersebut, setiap bank harus memiliki strategi pemasaran masing-masing untuk menarik lebih banyak nasabah dan menjaga kepercayaan nasabah untuk tetap setia dengan bank yang dipilihnya. Dalam rangka menjaga kepercayaan nasabah maka pihak bank harus menetapkan trategi-strategi untuk mempertahankan nasabahnya. Untuk mengetahui hal tersebut, maka penelitian ini berusaha untuk mengkaji persoalan dalam mempertahankan nasabah tersebut, dengan menggunakan salah satu strategi populer yaitu *customer service, personal selling, complain handling, satisfaction* dan *trust* dalam membentuk *customer retention* di Bank Syariah Mandiri. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui koesioner dengan jumlah responden sebanyak 98. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan (koesioner dan studi kepustakaan). penelitian ini dengan hasil variabel *service quality p-value* sebesar 0,05 atau dapat ditulis  $0,247 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Service Quality* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap *Customer Retention*. Variabel *personal selling p-value*  $0,001 > 0,05$  artinya berpengaruh dan signifikan. Variabel *complain handling* nilai *p-value*  $001 > 0,05$  sehingga disimpulkan bahwa variabel *Complain Handling* signifikan. variabel *satisfaction* dengan nilai *p-value*  $0,001 > 0,05$ , Variabel *trust* nilai *p-value*  $0,053 > 0,05$ . Dapat dikatakan bahawa variabel tersebut signifikan.

Kata Kunci: *Service Quality, Personal Selling, Complain Handling, Satisfaction* Serta *Trust* dan *Customer Retention*.

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF THE EFFECTS OF *SERVICE QUALITY*, *PERSONAL SELLING* AND *COMPLAIN HANDLING* THROUGH *SATISFACTION* AND *TRUST* ON *CUSTOMER RETENTION*

(Survey on the Customers of Tabungan Bank Syariah Mandiri kantor kas UII)

ANGGI RADYSTA PRATAMA  
14423048

## ABSTRACT

Analysis of the Effects of *Service Quality*, *Personal Selling* and *Complain Handling* through *Satisfaction* and *Trust* on *Customer Retention*  
(Survey on the Customers of Tabungan Bank Syariah Mandiri kantor kas UII)

ANGGI RADYSTA PRATAMA  
14423048

Bank Syariah Mandiri was founded in 1999 and as the branch of Bank Mandiri Company with the share majority until 99% owned by PT. Bank Mandiri. Bank Syariah Mandiri is the largest Sharia Bank in Indonesia with the total asset of 83,1 Triliun in April 2017. To be able to compete in banking world, each bank must have a marketing strategy to attract more customers and maintain the trust of customers to be loyal with the bank they have chosen. To keep the trust of the customers, the bank must implement some strategies to keep its customers. To figure out this matter, this research attempts to study the issues in keeping the customers using one of the popular strategies i.e. *customer service*, *personal selling*, *complain handling*, *satisfaction* and *trust* in creating the *customer retention* in Bank Syariah Mandiri. This research used the quantitative approach using the primary data obtained through the questionnaires with 98 respondents. The population in this research was the customers of Bank Syariah Mandiri, The technique in collecting data was done through field research (questionnaires and literature study). This research showed the results of the variable *service quality* with *p-value* of 0,05 or written as  $0,247 < 0,05$ . Thus, it can be concluded that the variable *Service Quality* had an insignificant impact on *Customer Retention*. Variable *personal selling* showed the *p-value* of  $0,001 > 0,05$  showing a significant impact. Meanwhile, variable *complain handling* with the value of *p-value*  $0,001 > 0,05$ . Thus, it can be concluded that variable *Complain Handling* was significant. Variable *satisfaction* was with *p-value* of  $0,001 > 0,05$ , Variable *trust* with the *p-value*  $0,053 > 0,05$ . It can be stated that the variable was significant.

Keywords: *Service Quality*, *Personal Selling*, *Complain Handling*, *Satisfaction* Serta *Trust* and *Customer Retention*.

July 9, 2019

TRANSLATOR STATEMENT  
The information appearing herein has been translated  
by a Center for International Language and Cultural Studies of  
Islamic University of Indonesia  
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

