



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui: (1) pengaruh Orientasi pasar terhadap Kualitas pelayanan, (2) pengaruh Orientasi pasar terhadap Kepuasan nasabah, (3) pengaruh Orientasi pasar terhadap Loyalitas nasabah, (4) pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, (5) pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, dan (6) pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Penelitian dilakukan di Bank "X" Yogyakarta selama bulan Nopember 2007 hingga Desember 2007. Responden yang digunakan sebanyak 125 orang nasabah yang diambil secara *purposive sampling*, dengan kriteria pengambilan sampel: (1) telah menjadi nasabah Bank "X" Yogyakarta minimal 2 tahun, dan 2) bersedia menjadi responden penelitian ini. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan kuesioner, yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah *path analysis*, yang merupakan salah satu jenis analisis SEM.

Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan pada Kualitas pelayanan, (2) Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan nasabah, (3) Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan pada Loyalitas nasabah, (4) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan pada Kepuasan nasabah, (5) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada Loyalitas nasabah, dan (6) Kepuasan nasabah berpengaruh positif pada Loyalitas nasabah .

Kata kunci : Orientasi pasar, Kepuasan nasabah, Loyalitas nasabah, *purposive sampling*, *path analysis*.



ABSTRACT

This research aim to analyse and knows: (1) influence Market orientation to Service quality, (2) influence Market orientation to Customer satisfaction, (3) influence Market orientation to Customer loyalty, (4) influence Service quality to Customer satisfaction, (5) influence Service quality to Customer loyalty, and (6) *Customer satisfaction* influence to Customer loyalty. Research is done in Bank " X" Yogyakarta during November 2007 finite of December 2007. Responden applied 125 customer taken in purposive sampling, with sampling criterion: (1) has become customer Bank " X" minimum Yogyakarta of 2 year, and 2) readies to become this research responder. Measurement of variable is done by using questionnaire, which has been tested its the validity and reliability. Data analytical method applied to test hypothesis is path analysis, which is one of analysis type SEM (Structural Equation Modeling).

Result of this research shows: (1) Market orientation influential positive and significance on Service quality, (2) Market orientation influential positive and signifikan at Customer satisfaction, (3) Market orientation influential positive and signifikan at Customer loyalty, (4) Service quality doesn't have an effect on signifikan at Customer satisfaction, (5) Service quality influential positive and signifikan at Customer loyalty, and (6) Customer Satisfaction fluential positive at Customer loyalty.

Keyword : Market orientation, Customer satisfaction, Customer loyalty, purposive sampling, path analysis.