

RINGKASAN

Industri perbankan dalam persaingannya mengandalkan pada suku bunga, hadiah dan teknologi untuk memuaskan nasabahnya. Disisi lain persaingan dalam bentuk harga berupa suku bunga dan pengenaan biaya kepada nasabah sangat mudah diikuti oleh perbankan lain yang memiliki modal dan kemampuan operasional yang lebih efisien. Penelitian ini merujuk pada industri perbankan daerah atau BPR BKK yang masih dengan pelayanan yang tidak sama dengan perbankan nasional seperti tidak adanya kartu ATM. Dalam mengikuti persaingan industri bank daerah lebih mengutamakan dalam pemberian hadiah dan kemudahan dalam pengelolaan dana untuk menarik pelanggan maupun mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana pengaruh *service convenience* dan *switching cost* terhadap *word of mouth* dan *customer retention*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dikelola sendiri. Responden dalam penelitian ini adalah Nasabah PT BPR BKK (Perseroda) Purwokerto sebanyak 150 orang. Pengambilan sampel menggunakan metode Purposive sampling. Peserta yang dipilih hanya nasabah aktif di PT BPR BKK (Perseroda) Purwokerto. *Path analysis* digunakan untuk menganalisis penelitian ini

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*, *Switching cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*, *Service convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* dan *Switching cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention*.

Kata Kunci: *Service Convenience*, *Switching Cost*, *Word Of Mouth (WOM)*, *Customer Retention*.

SUMMARY

The banking industry in its competition relies on interest rates, prizes and technology to satisfy its customers. On the other hand competition in the form of prizes in the form of interest rates and the imposition of fees to customers is very easy to be followed by other banks that have more efficient capital and operational capabilities. This study refers to the regional banking industry or BPR BKK which still has services that are not the same as national banking such as the absence of an ATM card. In participating in the competition, the regional banks prioritize giving gifts and ease in managing funds to attract customers and retain existing customers.

The purpose of this study is to find out how the influence of service convenience and switching costs on word of mouth and customer retention. Data were collected using a self-administered questionnaire. Respondents in this study were 150 students of PT BPR BKK (Perseroda) Purwokerto customers. Sampling using Purporsive sampling method. The selected participants are only active customers in the BPR BKK Purwokerto Bank. Path analysis was used to analyze this study.

The results showed that Service convenience had a positive and significant effect on word of mouth, Switching cost had a positive and significant effect on word of mouth, Service convenience had a positive and significant effect on customer retention, and Switching cost had a positive and significant effect on customer retention.

Keywords: Service Convenience, Switching Cost, Word Of Mouth (WOM), Customer Retention.

