

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap retensi pelanggan kartu kredit Citibank di Surabaya, mengetahui pengaruh komitmen afektif terhadap retensi pelanggan kartu kredit Citibank di Surabaya, mengetahui pengaruh program loyalitas terhadap retensi pelanggan kartu kredit Citibank di Surabaya, dan mengetahui pengaruh kepuasan, komitmen afektif dan program loyalitas secara simultan terhadap retensi pelanggan kartu kredit Citibank di Surabaya.

Metode yang dipakai untuk mengumpulkan data penelitian adalah dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden dengan karakteristik konsumen yaitu nasabah kartu kredit Citibank di Surabaya, menggunakan kartu kredit Citibank minimal 1 tahun, dan berusia minimal 20 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, dengan jenis *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t.

Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yaitu kepuasan, komitmen afektif dan program loyalitas serta 1 variabel terikat yaitu retensi nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 3 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima semua. Hipotesis 1 yaitu kepuasan berpengaruh signifikan terhadap retensi nasabah kartu kredit Citibank di Surabaya dapat diterima karena memiliki nilai probabilitas kesalahan sebesar 0,000 (dibawah 0,05). Hipotesis 2 yaitu komitmen afektif berpengaruh signifikan terhadap retensi nasabah kartu kredit Citibank di Surabaya dapat diterima karena memiliki nilai probabilitas kesalahan sebesar 0,000 (dibawah 0,05). Demikian pula Hipotesis 3 yaitu program loyalitas berpengaruh signifikan terhadap retensi nasabah kartu kredit Citibank di Surabaya dapat diterima karena memiliki nilai probabilitas kesalahan sebesar 0,000 (dibawah 0,05).

Kata Kunci : Kepuasan, Komitmen Afektif, Program Loyalitas, Retensi, *Non Probability Sampling*, *Purposive Sampling*