

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
PROMOSI, CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PT. BANK MANDIRI TBK**

(Studi Kasus Pada Kantor Cabang Jakarta Satrio)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

U N I V E R S I T A S

M E R C U B U A N A

Nama: Herlina Romauli

NIM: 43114310050

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2018

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Herlina Romauli

NIM : 43114310050

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Agustus 2018



Herlina Romauli

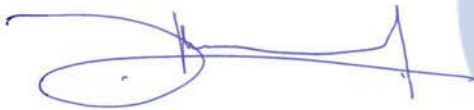
NIM : 43114310050

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Herlina Romauli
NIM : 43114310050
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Jakarta Satrio)
Tanggal Ujian Skripsi : 10 Agustus 2018

Disahkan Oleh :

Pembimbing



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal : 25 Agustus 2018

Ketua Penguji



Hirdinis M, SE, MM

Tanggal : 25 Agustus 2018

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS

Tanggal : 25 Agustus 2018

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



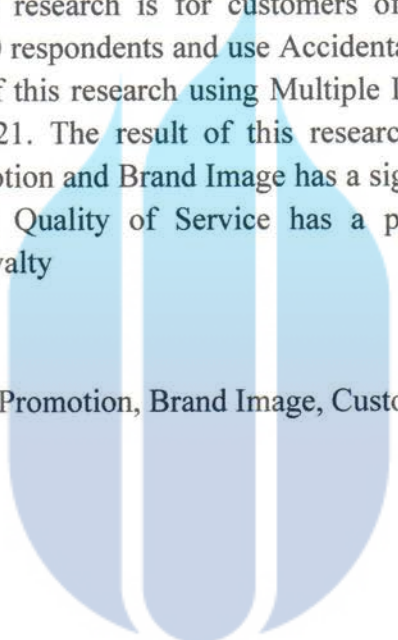
Dudi Permana, Ph.D

Tanggal : 25 Agustus 2018

ABSTRACT

The development of the banking world in Indonesia is increasingly growing making the competition increasing. As one form of business PT. Bank Mandiri Tbk Branch Jakarta Satrio must have a defense strategy to win the competition in the banking business and keep customers to remain loyal and loyal. ne way to create competitive advantage is to do the quality of service, promotion and brand image optimally so as to create customer loyalty. The research purpose is for knowing about quality of service, promotion, and brand image of customer loyalty. The object of this research is for customers of Mandiri Bank Satrio located in Jakarta. Have 100 respondents and use Accidental Sampling for make a sample. Analysis method of this research using Multiple Linear Regression with SPSS application version 21. The result of this research. The results of this research indicate that Promotion and Brand Image has a significant positive effect on Customer Loyalty and Quality of Service has a positive effect but not significant on Customer Loyalty

Keyword : Service Quality, Promotion, Brand Image, Customer Loyalty



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

ABSTRAK

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia semakin berkembang membuat persaingan semakin meningkat. Sebagai salah satu bentuk usaha PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Jakarta Satrio harus mempunyai strategi pertahanan untuk memenangkan persaingan dalam bisnis perbankan dan mempertahankan nasabah agar tetap setia dan loyal. Salah satu cara untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan melakukan kualitas pelayan, promosi dan citra merek secara optimal sehingga dapat menciptakan loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan citra merek terhadap loyalitas nasabah. Objek penelitian ini nasabah tabungan rupiah Bank Mandiri Satrio yang berlokasi di Jakarta. Dalam pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling dan sampel yang di gunakan sebanyak 100 responden. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi dan Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Citra Merek, Loyalitas Nasabah

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Tuhan YME yang telah memberikan rahmat dan kasih karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan mengucapkan syukur, peneliti persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua tercinta Bapak Rusman dan Mama Rosda yang telah memberikan doa, dukungan moral, kasih sayang, bimbingan serta material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi. Selanjutnya untuk adik saya yaitu Ester yang telah memberikan doa dan semangat.



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan YME yang telah memberikan rahmat dan kasih karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah”**. (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Jakarta Satrio). Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yanti Murni, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan syukur atas kekuatan dari Tuhan YME yang telah mengaruniakan berkat-Nya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho.,MM.,IPU,CMA selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Bapak Dr. Harnovinsah.,Ak.,M.Si.,CA.,CIPSAS.,CMA.,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana,
4. Bapak Muhammad.,SE.,MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus Kranggan.
5. Seluruh dosen, staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D serta pegawai perpustakaan Universitas Mercu Buana Kampus D yang telah memberikan bantuan serta segenap ilmunya..
6. Rekan – rekan dari Bank Mandiri Satrio yang senantiasa mendukung dan memberikan bantuan serta semangat kepada peneliti dalam penyusunan penelitian ini.
7. Mahasiswa Mercu Buana Bekasi khususnya teman seperjuangan yang menyusun skripsi, yaitu Ria, Angel, Devi, Fritz, Isa dan Uswatun.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan

pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 10 Agustus 2018



Herlina Romauli

NIM : 43114310050



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
 BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Teoritis.....	11
1. Definisi Loyalitas Nasabah.....	11
2. Definisi Kualitas Pelayanan.....	20
3. Definisi Promosi.....	29
4. Definisi Citra Merek.....	34
5. Penelitian Terdahulu.....	38
B. Kerangka Konseptual.....	42
C. Pengembangan Hipotesis.....	43
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 46
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
B. Desain Penelitian.....	46

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	46
1. Definisi Variabel.....	46
2. Operasionalisasi Variabel	47
D. Pengukuran variabel.....	51
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
1. Populasi Penelitian.....	51
2. Sampel Penelitian.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Metode Analisis.....	54
1. Statistik Deskriptif.....	54
2. Uji Kualitas Data.....	55
a. Uji Validitas.....	55
b. Uji Rehabilitas.....	56
3. Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Uji Normalitas.....	57
b. Uji Multikolinieritas.....	57
c. Uji Heteroskedastisitas.....	59
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
5. Uji Kesesuaian Model.....	60
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	60
b. Uji F Analysis of Varian (ANOVA)	61
6. Uji Hipotesis.....	62
a. Uji Parsial (Uji-t).....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....63

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	63
1. Tempat dan waktu Penelitian.....	63
a. Sejarah Singkat Bank Mandiri.....	63
b. Struktur Organisasi Cabang Satrio.....	66
2. Karakteristik Profil Responden.....	68

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	68
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	71
f. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	71
B. Hasil Uji Deskriptif.....	72
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	75
1. Hasil Uji Validitas.....	75
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	77
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	78
1. Hasil Uji Normalitas.....	78
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	78
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
F. Hasil Uji Kesesuaian Model	81
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81
2. Hasil Uji F ANOVA.....	82
G. Hasil Uji Hipotesis.....	82
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah..	83
2. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah.....	84

	3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah.....	84
BAB V	HASIL KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
	A. Kesimpulan.....	85
	B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN.....		90



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	
1.1	Produk Tabungan PT. Bank Mandiri Tbk Jakarta (Cabang Jakarta Satrio).....	6
1.2	Data Jumlah Rekening PT Bank Mandiri Tbk Jakarta (Cabang Jakarta Satrio) Tahun 2017.....	6
2.1	Penelitian Terdahulu.....	38
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	48
3.2	Instrumen Skala Likert.....	51
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	69
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	69
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	71
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	72
4.7	Kriteria Interpretasi Skor.....	73
4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	73
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	75
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	76
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	76
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah.....	77
4.13	Hasil Uji Reliabilitas.....	77
4.14	Hasil Uji Normalitas.....	78
4.15	Hasil Uji Multikolonieritas.....	79
4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.17	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.19	Hasil Uji F ANOVA.....	82
4.20	Hasil Uji Hipotesis.....	82

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

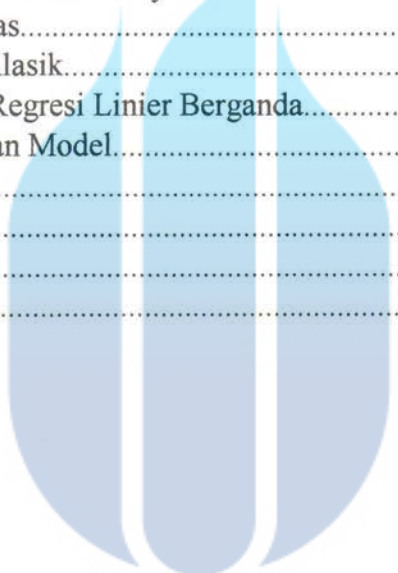
No.	Keterangan	
2.1	Model Kualitas Pelayanan.....	27
2.2	Rerangka Konseptual.....	42
4.1	Struktur Organisasi Bank Mandiri Cabang Satrio (2017).....	67



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan.....	92
Lampiran 3	Hasil Kuesioner Promosi.....	95
Lampiran 4	Hasil Kuesioner Citra Merek.....	98
Lampiran 5	Hasil Kuesioner Loyalitas Nabasah.....	101
Lampiran 6	Hasil Statistik Deskriptif.....	104
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	107
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	108
Lampiran 9	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	109
Lampiran 10	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah.....	110
Lampiran 11	Hasil Uji Reliabilitas.....	111
Lampiran 12	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	112
Lampiran 13	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	113
Lampiran 14	Hasil Uji Kesesuaian Model.....	114
Lampiran 15	Hasil Uji Hipotesis.....	114
Lampiran 16	Tabel f.....	115
Lampiran 17	Tabel r.....	119
Lampiran 18	Tabel t.....	121


 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA