



**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra merek
Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Pada Produk CIMB Niaga Tabungan Bisnis PT.
Bank CIMB Niaga Cabang Tangerang Bintaro)**



TESIS

OLEH

UNIVERSITAS

DEFI ALFIANTO

MERCU BUANA

55118110045

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2020



**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra merek
Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Pada Produk CIMB Niaga Tabungan Bisnis PT.
Bank CIMB Niaga Cabang Tangerang Bintaro)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi
Magister Manajemen**

OLEH
DEFI ALFIANTO
55118110045

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2020

i

PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Produk CIMB Niaga Tabungan Bisnis PT. Bank CIMB Niaga Cabang Tangerang Bintaro)

Nama : Defi Alfianto

NIM : 55118110045

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : September 2020

Mengesahkan
Pembimbing

UNIVERSITAS

MERCU BUANA
(Dr. Tafiprios, SE.,MM)

Direktur Pascasarjana



(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi

Magister Manajemen



(Dudi Permana, Ph.D)

LEMBAR PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Defi Alfianto
NIM : 55118110045
Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Produk CIMB Niaga Tabungan Bisnis PT. Bank CIMB Niaga Cabang Tangerang Bintaro)”,
telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 10/September/2020, didapatkan nilai persentase sebesar 31 %.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 10...September 2020
Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Produk CIMB Niaga Tabungan Bisnis PT. Bank CIMB Niaga Cabang Tangerang Bintaro)

Nama : Defi Alfianto

NIM : 55118110045

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 31 Agustus 2020

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 31 Agustus 2020



(Defi Alfianto)

ABSTRACT

This Research aims to analyse the influence of service quality, trust, brand image and customer satisfaction. The object of this research is the customer of bank CIMB Niaga branch of Tangerang apartment Bintaro. The number of samples specified is 100 respondents using Slovin calculation method. Sample withdrawal methods using Convenience Sampling. Method of collecting data using survey method, with research instrument is questionnaire. Data Analysis methods use Partial Least Square (PLS). This research proves that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, trust has a positive and significant effect on customer satisfaction, and brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service quality, Trust, Brand image and Customer satisfaction.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, citra merek dan kepuasan pelanggan. Objek penelitian ini adalah nasabah bank cimb niaga cabang tanggerang bintaro jumlah sampel yang ditentukan adalah 100 responden dengan menggunakan metode perhitungan *slovin*. Metode penarikan sampel menggunakan *Convenience Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Kepercayaan, Citra merek, dan Kepuasan Pelanggan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Produk Cimb Niaga Tabungan Bisnis Cabang Tangerang Bintaro).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Tafiprios, SE., MM selaku Dosen pembimbing yang penuh kesabaran dan memberikan arahan selama penulisan Tesis ini
2. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Management Universitas Mercu Buana
3. Bapak Prof. Dr. –Ing Mudrik Alaydrus selaku Direktur Pascasarjana Program Studi Magister Management Universitas Mercu Buana
4. Kepada Dosen Penguji, selaku Penguji dalam Uji sidang Tesis yang telah banyak memberikan arahan hingga lebih sempurnanya Tesis ini.
5. Seluruh Dosen Program Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah membekali penulis hingga Tesis ini terwujud

6. Yang Teristimewa, kedua Orang Tua saya yang luar biasa hebatnya bapak dan Ibu yang tidak pernah putus memberikan semangat, doa, motivasi, kasih sayang dan cinta dalam setiap prosesnya hingga saya bisa menyelesaikan tesis ini dengan baik
7. Terima kasih untuk semua sahabat anak-anak emak family yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas semua canda tawa, dukungan, serta doa-doa terbaik yang telah diberikan.
8. Teman-teman Cabang Tangerang Bintaro yang selalu mendukung selama penulis menyelesaikan penyusunan Tesis.
9. Teman-teman di Program Pascasarjana Magister Universitas Mercu Buana yang saling memberikan semangat dan doa dalam penulisan Tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu pada kesempatan ini penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan Tesis dimasa mendatang. Semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.


UNIVERSITAS Jakarta, Agustus 2020
MERCU BUANA

Defi Alfianto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>.....	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Perumusan Masalah	11
1.2.3 Batasan Masalah	11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1 Maksud Penelitian.....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN.....	14
DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Pengertian Jasa.....	14
2.1.2 Kualitas Layanan.....	15
2.1.3 Kepercayaan.....	18
2.1.4 Citra Merek	20
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	23

2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Hubungan Antar Variabel Independen	33
Terhadap Variabel Dependen	
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan.....	34
Terhadap Kepuasan Pelanggan	
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap.....	34
Kepuasan Pelanggan	
2.3.3 Pengaruh Citra Merek	35
Terhadap Kepuasan Pelanggan	
2.4 Kerangka Pemikiran	36
2.5 Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Variabel Penelitian	39
3.2.1 Definisi Konsep Variabel	39
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	43
3.3.3 Teknik Sampeling.....	43
3.4 Jenis Dan Sumber Data	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	45
3.5.1.1 Penelitian Lapangan	45
3.5.1.2 Studi Pustaka	45
3.6 Teknik Analisis Data	46
1. IBM SPSS Statistic 23.....	46
2. SEM (Structural Equation Modeling) – PLS	
(Partial Least Square)	46
a. Deskripsi jawaban responden	47
b. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model	47
c. Pengujian Model Struktural Atau Uji Hipotesis (<i>Inner</i>	
<i>Model</i>).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Perusahaan	51
B. Analisis Deskriptif.....	53
1. Karakteristik Responden.....	53
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54

b.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	56
d.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
e.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat pendapatan	57
f.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	58
2.	Deskriptif Jawaban Responden.....	59
a.	Variabel Kualitas Layanan	60
b.	Variabel Kepercayaan	61
c.	Variabel Citra Merek	61
C.	Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	63
1.	Evaluasi <i>Measurement</i> (<i>Outer Model</i>)	64
a.	<i>Convergent Validity</i>	64
b.	<i>Discriminant Validity</i>	71
c.	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	73
d.	<i>Composite Reliability</i> Dan <i>Cronbach's Alpha</i>	73
2.	Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis	74
a.	Nilai <i>R Square</i>	75
b.	<i>Goodness Of Fit Model</i>	75
c.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	76
D.	Daftar Pustaka Pembahasan	
1.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan....	78
2.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan	78
3.	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	79
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	80
A.	Simpulan	80
B.	Saran.....	80
C.	Keterbatasan Penelitian.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN		87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indeks Kepuasan Nasabah Bank (2015-2018).....	2
Tabel 1.2	Pembukuan Cimb Niaga Cabang Bintaro	3
Tabel 1.3	Peringkat Brand Tabungan Tahun	5
	2016, 2017 dan 2018	
Tabel 1.4	Data Pra-survei.....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Internasional	26
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Nasional.....	30
Tabel 3.1	Operasional Variabel penelitian.....	40
Tabel 3.2	Pilihan dan Nilai Jawaban untuk Tiap	45
	Item Pertanyaan	
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan umur	56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan terakhir	57
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan tingkat pendapatan	58
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan lama menjadi nasabah	59
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas layanan	63
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	60
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra merek.....	61
Tabel 4.10	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan pelanggan	62
Tabel 4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	65

Tabel 4.12	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	72
Tabel 4.13	Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker</i>)	74
Tabel 4.14	Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker</i>) (Modifikasi)	75
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	76
Tabel 4.16	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	77
Tabel 4.17	Nilai <i>R Square</i> Variabel Endogen	78
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Hipotesis.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Persaingan Service Antar Bank.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4. 1 Hasil <i>Algorithm</i> PLS.....	71
Gambar 4. 2 Hasil <i>Algorithm</i> PLS (Modifikasi).....	73
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	90
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden.....	99
Lampiran 3	Deskriptif Jawaban Responden.....	101
Lampiran 4	Hasil Pengujian <i>Measurement (Outer Model)</i>	104
Lampiran 5	Hasil Pengujian Hipotesis	110



UNIVERSITAS
MERCU BUANA