



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK , KUALITAS
LAYANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS
BANK ANGGOTA ATM BERSAMA**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
ARIEF RACHMAN AMALUDDIN

55114110070

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK , KUALITAS
LAYANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS
BANK ANGGOTA ATM BERSAMA**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Manajemen

MERCU BUANA

ARIEF RACHMAN AMALUDDIN

55114110070

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Bank Anggota ATM Bersama

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Arief Rachman Amaluddin

NIM : 55114110070

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Desember 2016

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Ir. Sri Hartono, M.M)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



(Dr. Aty Herawati, M.Si)

LEMBAR PERYATAAN

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

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Bank Anggota ATM Bersama

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Arief Rachman Amaluddin

NIM : 55114110070

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Desember 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Desember 2016



Arief Rachman Amaluddin

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Tesis yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Bank Anggota ATM Bersama

Tesis ini ditulis yang merupakan syarat 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 Bapak Dr. Ir. Sri Hartono, M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Direktur Program Pascasarjana beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME. Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan

terima kasih kepada kedua orang tua, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih bagi perusaahn dan Dunia Pendidikan.

Jakarta, Desember 2016

Arief Rachman Amaluddin



DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	6
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	7

BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan	9
2.2. Lingkup Bidang Usaha	10

2.3. Sumber Daya	11
2.4. Tantangan Bisnis	13

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

3.1. Kajian Teori.....	14
3.2. Penelitian Terdahulu.....	28
3.3. Rerangka Pemikiran.....	35
3.4. Hipotesis.....	37

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Desain Penelitian.....	39
4.2. Variabel Penelitian.....	39
4.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
4.4. Jenis dan Sumber Data.....	46
4.5. Teknik Pengumpulan Data.....	46
4.6. Teknik Analisa Data.....	47

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian.....	59
5.2. Analisis Model pengukuran.....	61
5.3. Analisis Model Struktural.....	83
5.4. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	89

5.5. Pengujian Hipotesis penelitian	91
5.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	98
6.2. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	102



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I. 1 Jumlah Transaksi Di Jaringan ATM Bersama.....	2
Tabel 1.2. Perbandingan Jumlah Jumlah Laporan ke Helpdesk dengan Jumlah transaksi PT. Artajasa untuk layanan ATM Bersama.....	3
Tabel I. 3 Hasil Studi Pendahuluan terhadap sebagian Bank anggota ATM Bersama terkait Citra PT. Artajasa Pembayaran Elektronik.....	4
Tabel I. 4 Jumlah Anggota ATM Bersama yang bergabung dengan Kompetitor.....	5
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1. Variabel Penelitian	36
Tabel 4.2. Variabel Operasional Penelitian	38
Tabel 4.3. Alternatif Jawaban Responden	44
Tabel 4.4. Goodness of Fit Index	51
Tabel 5.1. Area Sebaran Responden	56
Tabel 5.2. Jabatan Responden	56
Tabel 5.3. Bidang Kerja Responden	57
Tabel 5.4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	58

Tabel 5.5. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	62
Tabel 5.6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	66
Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kesetiaan Pelanggan.....	72
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan.....	74
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	75
Tabel 5.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan.....	76
Tabel 5.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 5.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesetiaan Pelanggan.....	79
Tabel 5.14 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan	79
Tabel 5.15. Hasil Evaluasi Koefisien Model Struktural Variabel Kualitas Layanan	80
Tabel 5.16. Hasil Evaluasi Koefisien Model Struktural Variabel Kualitas Produk	81
Tabel 5.17. Hasil Evaluasi Koefisien Model Struktural Variabel Citra Perusahaan	82
Tabel 5.18. Hasil Evaluasi Koefisien Model Struktural Variabel Keputusan Pembelian.....	84

Tabel 5.19. Hasil Evaluasi Koefisien Model Struktural Variabel Loyalitas Pelanggan	85
Tabel 5.20. Hasil Uji Kecocokan Model (GOF)	86
Tabel 5.21. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	90



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen..	15
Gambar 3.2. Rerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1. Model Struktural Penelitian	47
Gambar 5.1 Model Pengukuran Variabel Kualitas Layanan	58
Gambar 5.2 Model Pengukuran Variabel Kualitas Produk	62
Gambar 5.3 Model Pengukuran Variabel Citra Perusahaan	65
Gambar 5.4 Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian	69
Gambar 5.5 Model Pengukuran Variabel Kesetiaan Pelanggan	72
Gambar 5.6 Basic Model Standardized Solution	86
Gambar 5.7. Model Struktural T Value	89

UNIVERSITAS
MERCU BUANA