

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN KUALITAS PRODUK
CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA
NASABAH BANK JATIM
CABANG BANGKALAN**

TESIS



Oleh :

HAMDI ADITYO PRAKOSO

NIM : 2020610584

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS
SURABAYA**

2023

PERSETUJUAN SEMINAR HASIL

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN KUALITAS PRODUK CITRA
MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA NASABAH BANK JATIM
CABANG BANGKALAN**

Diajukan oleh :

HAMDI ADITYO PRAKOSO

2020610584

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap Seminar Hasil

Dosen Pembimbing, Tanggal : 19 Januari 2023



(Dr. Basuki Rachmat, SE., MM)
NIDN. 0721017101

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN KUALITAS PRODUK CITRA
MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA NASABAH BANK JATIM CABANG
BANGKALAN**

Diajukan oleh :

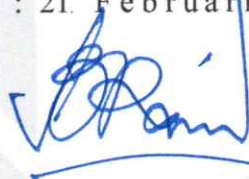
HAMDI ADITYO PRAKOSO

2020610584

Tesis ini telah dibimbing dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 21. Februari 2023



Dr. Basuki Rachmat, SE., MM

NIDN. 0721017101

TESIS

PENGARUH KUALITAS LAYANAN KUALITAS PRODUK CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NASABAH BANK JATIM CABANG BANGKALAN

Disusun oleh

HAMDI ADITYO PRAKOSO

2020610584

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
pada tanggal 02 Maret 2023

Tim Penguji

Ketua : **Dr. Yudi Sutarso, SE., MSi**
Sekretaris : **Dr. Basuki Rachmat, SE., MM**
Anggota : **Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si**
Dr. Ronny S.Kom, M.Kom, M.H



PENGESAHAN TESIS

N a m a : Hamdi Adityo Prakoso

Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 23 September 1989

N.I.M : 2020610584

Program Studi : Magister Manajemen

J u d u l : P e n g a r u h Kualitas Layanan,
Kualitas Produk, Citra Merek, dan
Kepercayaan Merek Terhadap
Loyalitas Nasabah dengan
Kepuasan Nasabah Sebagai
Variabel Intervening Pada Nasabah
Bank Jatim Cabang Bangkalan

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 3 Mei 2023



(Dr. Basuki Rachmat, SE., MM)

NIDN. 0721017101

Ketua Program Studi Magister Manajemen,
Tanggal : 3 Mei 2023



(Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H.)

NIDN. 0730097103

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Citra Merk, dan Kepercayaan Merk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Bank Jatim Cabang Bangkalan”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung hingga dapat terselesaikannya tesis ini. Terima Kasih penulis diucapkan kepada :

1. Dr. Yudi Sutarso, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Hayam Wuruk Perbanas.
2. Prof Dr Tatik Suryani, P.si.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Hayam Wuruk Perbanas.
3. Dr. Ronny, S. Kom., M.Kom.,MH selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Hayam Wuruk Perbanas.
4. Dr. Basuki Rahmat, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing tesis.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta civitas akademika Universitas Hayam Wuruk Perbanas.
6. Orang tua, keluarga, dan sahabat yang terus senantiasa membantu memberikan dorongan untuk kelancaran tesis saya ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, Terima Kasih

Surabaya, 11 Januari 2023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SEMINAR HASIL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	iii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS.....	iv
PENGESAHAN TESIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	35
2.2.1 Kualitas Layanan.....	35
2.2.2 Kualitas Produk	37
2.2.3 Citra Merek	40
2.2.4 Kepercayaan Merek	42
2.2.5 Kepuasan Pelanggan	43

	2.2.6 Loyalitas Nasabah	44
	2.3 Hubungan Antar Variabel.....	46
	2.3.1 Hubungan Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan.....	46
	2.3.2 Hubungan Variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.....	46
	2.3.3 Hubungan Variabel Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan	47
	2.3.4 Hubungan Variabel Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan.....	47
	2.3.5 Hubungan Variabel Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah.....	48
	2.4 Kerangka Pemikiran	48
	2.5 Hipotesis Penelitian	49
BAB III	METODE PENELITIAN.....	50
	3.1 Rancangan Penelitian	50
	3.2 Ruang Lingkup Penelitian	50
	3.3 Identifikasi Variabel	51
	3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	52
	3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	52
	3.4.2 Pengukuran Variabel.....	55
	3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	57
	3.6 Instrumen Penelitian	60
	3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	63
	3.7.1 Uji Validitas	63
	3.7.2 Uji Reliabilitas	64
	3.8 Data dan Metode Pengumpulan Data	65
	3.9 Teknik Analisis Data	66
	3.9.1 Structural Equation Modelling (SEM).....	66
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
	4.1 Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Normalitas.....	74
	4.1.1 Uji Validitas	74

4.1.2 Uji Reliabilitas	78
4.1.3 Uji Normalitas	82
4.2 Deskripsi Subyek Penelitian	82
4.2.1 Profil Subyek Penelitian	82
4.2.2 Gambaran Umum Responden	86
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	94
4.3.1. Persepsi Responden	94
4.4 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	102
4.4.1. Analisis CFA terhadap Variabel Kualitas Layanan (X1)	103
4.4.2. Analisis CFA terhadap Kualitas Produk (X2)	106
4.4.3. Analisis CFA terhadap Citra Merek (X3)	108
4.4.4. Analisis CFA terhadap Kepercayaan Merek (X4)	110
4.4.5. Analisis CFA terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	112
4.4.6. Analisis CFA terhadap Loyalitas Pelanggan (Z).....	114
4.5 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	116
4.6 Hasil Analisis Pengujian Hipotesis.....	121
BAB V PENUTUP	127
5.1. Kesimpulan.....	127
5.2. Keterbatasan Penelitian	127
5.3. Saran	128
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Daftar 11 Cabang dengan Akumulasi Pencapaian Kinerja	2
Tabel 1. 2 Kinerja Jatim Prioritas Cabang NOA Hunter Year On Year (yoy) 2022	3
Tabel 1. 3 Akumulasi pencapaian kinerja Jatim Prioritas AUM Hunter	4
Tabel 1. 4 Kinerja Jatim Prioritas Cabang AUM Hunter year on year (yoy) 2021	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Skala :Likert	56
Tabel 3. 2 Kategori Skala	57
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian	60
Tabel 3. 4 <i>Goodness of fit Indices</i>	71
Tabel 4. 1 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	75
Tabel 4. 2 Hasil Outer Loading Model	75
Tabel 4. 3 Cross Loading Model	76
Tabel 4. 4 Pengujian <i>Latent Variable Correlations</i>	77
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan	78
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	79
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Merek	80
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan	81
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan	81
Tabel 4. 10 Uji Normalitas	82
Tabel 4. 11 Deskripsi Responden Berdasarkan Jans Kelamin	87
Tabel 4. 12 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	88
Tabel 4. 13 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	90
Tabel 4. 14 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	91
Tabel 4. 15 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	93
Tabel 4. 16 Interval Kelas Variabel	95
Tabel 4. 17 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	95
Tabel 4. 18 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	96
Tabel 4. 19 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel Citra Merek	98
Tabel 4. 20 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek	99
Tabel 4. 21 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	100
Tabel 4. 22 Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	101
Tabel 4. 23 Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Kualitas Layanan (X1)	104
Tabel 4. 24 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Kualitas Layanan	105
Tabel 4. 25 Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Kualitas Produk (X2)	106
Tabel 4. 26 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Kualitas Produk	107
Tabel 4. 27 Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Citra Merek (X3)	108

Tabel 4. 28	<i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Citra Merek	109
Tabel 4. 29	Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Kepercayaan Merek (X4)	110
Tabel 4. 30	<i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Kepercayaan Merek	111
Tabel 4. 31	Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	112
Tabel 4. 32	<i>Standardized Regression Weights</i> : Variabel Kepuasan Pelanggan	113
Tabel 4. 33	Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Loyalitas Pelanggan	114
Tabel 4. 34	<i>Standardized Regression Weights</i> : Variabel Loyalitas Pelanggan	115
Tabel 4. 35	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	117
Tabel 4. 36	<i>Regression Weights: Structural Equation Modeling (SEM)</i>	118
Tabel 4. 37	<i>Standardized Regression Weights: SEM</i>	119
Tabel 4. 38	Ringkasan Kesimpulan Hasil Hipotesis	121

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian Adji dan Samuel (2014)	14
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian Sari, Marnisah,dan Zamzam (2021)	16
Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian Julhamsyah (2020)	17
Gambar 2. 4 Kerangka Penelitian Tharanikaran, Sritharan dan Thusyanthy (2017)	19
Gambar 2. 5 Kerangka Penelitian Widyasari, Soliha, Wuryan, dan Damayanti (2017)	20
Gambar 2. 6 Kerangka Penelitian Sadiq dan Laela (2019)	21
Gambar 2. 7 Kerangka Penelitian Marselina dan Budiono (2019)	23
Gambar 2. 8 Kerangka Penelitian Pamungkas (2019)	24
Gambar 2. 9 Kerangka Penelitian Lee dan Moghavvemi (2012)	25
Gambar 2.10 Kerangka Penelitian Putro, Semuel, Karina, dan Brahmana, (2014)	27
Gambar 2. 11 Kerangka Penelitian Rembet, Mananeke, dan Loindong (2020)	29
Gambar 2. 12 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 3. 1 Garis Kontinum	57
Gambar 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Gambar 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	89
Gambar 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	91
Gambar 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	94
Gambar 4. 5 Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Kualitas Layanan	103
Gambar 4. 6 Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Kualitas Produk	106
Gambar 4. 7 Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Citra Merek	108
Gambar 4. 8 Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Kepercayaan Merek	110
Gambar 4. 9 Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Kepuasan Pelanggan	112
Gambar 4. 10 Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)	114
Gambar 4. 11 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	117

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	14
Lampiran 2 Surat Pernyataan	20
Lampiran 3 Jadwal Penulisan Tesis	21
Lampiran 4 Lembar Revisi Sempro	14
Lampiran 5 Lembar Revisi Semhas	16
Lampiran 6 Lembar Ujian Thesis	18
Lampiran 7 Hasil Turnitin	20
Lampiran 8 Lampiran Output Hasil Penelitian	21

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN KUALITAS PRODUK CITRA
MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS
NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA NASABAH BANK JATIM CABANG
BANGKALAN**

**Hamdi Adityo Prakoso
2020610584**

Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

ABSTRAK

Tabungan Siklus Prioritas adalah jenis tabungan yang dirancang khusus untuk memberikan kenyamanan dan keistimewaan kepada nasabah selama bertransaksi. Bank Jatim menawarkan berbagai fasilitas pada produk tabungan ini, mulai dari kartu debit hingga saluran elektronik, sehingga nasabah dapat menikmati berbagai kemudahan dalam melakukan transaksi mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal atau hubungan sebab-akibat. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert, yaitu skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan AMOS versi 21. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek secara simultan melalui Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada nasabah Produk Tabungan Siklus Prioritas Bank Jatim Cabang Bangkalan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Nasabah.

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY,
BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY
WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING
VARIABLE IN CUSTOMERS OF BANK JATIM BANGKALAN
BRANCH**

**Hamdi Adityo Prakoso
2020610584**

Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

ABSTRACT

The Priority Cycle Savings is a type of savings account specifically designed to provide comfort and privileges to customers during transactions. Bank Jatim offers various facilities with this savings product, ranging from debit cards to electronic channels, enabling customers to enjoy various conveniences in their transactions. This research adopts a quantitative approach, specifically a causal or cause-and-effect relationship within the quantitative research type. The scale utilized in this study is the Likert Scale, designed for measuring individuals' or groups' attitudes, opinions, and perceptions regarding social phenomena. Hypothesis testing in the research is conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) approach with AMOS version 21. The results of this study indicate that Service Quality, Product Quality, Brand Image, and Brand Trust, simultaneously through Consumer Satisfaction, significantly influence Consumer Loyalty in customers of the Priority Cycle Savings product at Bank Jatim's Bangkalan Branch.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Brand Trust, Customer Loyalty.