

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, NILAI YANG DIRASA  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BRI BRITAMA  
SURABAYA DENGAN MEDIASI  
KEPUASAN NASABAH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Strata satu  
Jurusan Manajemen**



**Oleh :**

**WANTI PRATIWI SUJAYANTI**  
**NIM : 2008210558**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2015**

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, NILAI YANG DIRASA  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BRI BRITAMA  
SURABAYA DENGAN MEDIASI  
KEPUASAN NASABAH**

Diajukan oleh:

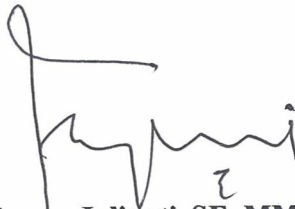
**WANTI PRATIWI SUJAYANTI**

**NIM : 2008210558**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diuji

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 31 JULI 2015

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Emma Julianti', with a stylized flourish at the end.

**(Emma Julianti, SE.,MM.)**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, NILAI YANG DIRASA  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BRI BRITAMA  
SURABAYA DENGAN MEDIASI  
KEPUASAN NASABAH**

Disusun oleh :

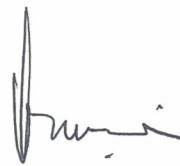
**WANTI PRATIWI SUJAYANTI**

**NIM : 2008210558**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
Dan dinyatakan lulus Ujian Skripsi  
Pada tanggal 31 Juli 2015

Tim Penguji

Ketua : Dra. Lindiawati, MM



Sekretaris : Dr. Ronny., S.Kom., M.Kom., MH



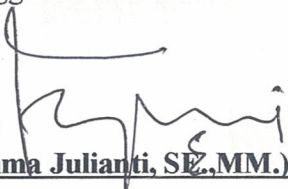
Anggota : Emma Julianti, SE.,MM



## **PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Wanti Pratiwi Sujayanti  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 17 April 1990  
N.I.M : 2008210558  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Perbankan  
Judul : **Pengaruh Citra Perusahaan, Nilai Yang Dirasa  
Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Britama  
Surabaya Dengan Mediasi Kepuasan Nasabah.**

Disetujui dan diterima baik oleh :  
Dosen Pembimbing  
Tanggal : 28 OKTOBER 2015



**(Emma Juliani, SE.,MM.)**

Ketua Program Studi S1 Manajemen  
Tanggal : 28 OKTOBER 2015



**(Dr. Muazaroh.SE.,MT)**



## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*MOTTO*

**TIDAK ADA KATA  
MENYERAH DAN MUSTAHIL  
UNTUK SUKSES, JADI HARUS  
YAKIN, PERCAYA DAN  
SEMANGAT DEMI  
PENCAPAIAN YANG KITA  
INGINKAN**

## **SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK :**

Puji Tuhan saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan saya anugerah luar biasa berupa kelancaran, kesehatan, kemudahan dan ilmu sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Teristimewa untuk ke empat orang tua saya Bapak Sujono, Ibu Yayuk Mawarti, Bapak Rofinus Fanggidae, Ibu seljiana Fanggidae yang telah banyak mendukung baik perhatian, kasih sayang, semangat dan selalu sabar dalam mendidik saya guna menyelesaikan study S1 Manajemen di STIE Perbanas Surabaya.

Teristimewa untuk suami tersayang Sandro Fanggidae, ST.,MMT serta anak tersayang Darren Jufino Fanggidae yang membuat selalu semangat dalam mengerjakan study saya ini, dan saya ucapkan terima kasih untuk adik – adik dan kakak –kakak saya Via, Trisia, Forentina, Kak Tami, Kak Melky, MbK Tyas, MbK Lita, MbK Yuni, Kel. Besar Kiaduy yang selalu tidak bosan untuk mengingatkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih untuk sahabat – sahabat saya yaitu Ayunda S.E, Tri Febrita S.E, Bapak Iwan, Putu Donnis S.E, dan Teman – teman yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu – satu yang selalu Senantiasa member dukungan, semangat dan bantuan untuk saya.

Terimakasih untuk dosen pembimbing saya dan penguji ibu Emma, ibu lindiawati dan bapak Ronny yang selalu sabar dalam membimbing dan memberi masukan dalam pengerjaan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia dan limpahan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, NILAI YANG DIRASA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BRI BRITAMA SURABAYA DENGAN MEDIASI KEPUASAN NASABAH”**.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, arahan dan saran dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Emma Julianti, SE.,MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya dan tenaga membimbing penulisan skripsi ini.
2. Ibu. Dr.Muazaroh.SE.,MT selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Lutfi, SE., M.Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.

Demikian sebuah pengantar sederhana dari penulis, semoga skripsi ini memberi manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 30 Oktober 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                                       |             |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                            | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....</b>                            | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....</b>                              | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>                                | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>                             | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                            | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                               | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                             | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                            | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                          | <b>xiii</b> |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                  | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                        | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                              | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                             | 7           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                           | 7           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                          | 8           |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....                               | 9           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                                  | <b>11</b>   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                        | 11          |
| 2.1.1 Penelitian dari Kisang Ryu, Hye-Rin Lee, Gon Kim<br>(2011)..... | 11          |
| 2.1.2 Abdul Naveed Tariqand dan Ndia Moussaoui (2009) ....            | 13          |
| 2.1.3 T. Teviana (2010).....                                          | 14          |
| 2.2 Landasan Teori .....                                              | 17          |
| 2.2.1 Citra Perusahaan .....                                          | 17          |
| 2.2.2 Nilai Yang Dirasakan .....                                      | 18          |
| 2.2.3 Kepuasan Nasabah .....                                          | 20          |
| 2.2.4 Loyalitas Nasabah .....                                         | 22          |



|                |                                                                 |           |
|----------------|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.5          | Hubungan antara Citra Perusahaan dan Kepuasan Nasabah .....     | 25        |
| 2.2.6          | Hubungan Antara Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Nasabah ..... | 25        |
| 2.2.7          | Hubungan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah ..              | 26        |
| 2.3            | Kerangka Pemikiran .....                                        | 27        |
| 2.4            | Hipotesis Penelitian .....                                      | 27        |
| <b>BAB III</b> | <b>METODE PENELITIAN .....</b>                                  | <b>29</b> |
| 3.1            | Rancangan Penelitian .....                                      | 29        |
| 3.2            | Batasan Penelitian .....                                        | 30        |
| 3.3            | Identifikasi Variabel Penelitian .....                          | 30        |
| 3.4            | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....              | 30        |
| 3.4.1          | Citra Perusahaan .....                                          | 30        |
| 3.4.2          | Nilai Yang Dirasakan .....                                      | 31        |
| 3.4.3          | Kepuasan Nasabah .....                                          | 31        |
| 3.4.4          | Loyalitas Nasabah .....                                         | 32        |
| 3.5            | Data dan Metode Pengumpulan Data .....                          | 33        |
| 3.5.1          | Data .....                                                      | 33        |
| 3.5.2          | Metode Pengumpulan Data .....                                   | 33        |
| 3.6            | Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....           | 34        |
| 3.7            | Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian .....         | 35        |
| 3.7.1          | Uji Validitas .....                                             | 35        |
| 3.7.2          | Uji Reliabilitas .....                                          | 35        |
| 3.8            | Teknik Analisis Data .....                                      | 36        |
| 3.9            | Pengujian Hipotesis .....                                       | 40        |
| <b>BAB IV</b>  | <b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>                             | <b>41</b> |
| 4.1            | Deskripsi Responden .....                                       | 41        |
| 4.2            | Deskripsi Jawaban Kuesioner .....                               | 43        |
| 4.2.1          | Hasil Kuesioner Variabel Citra Perusahaan (Cp).....             | 43        |
| 4.2.2          | Hasil Kuesioner Variabel Nilai yang Dirasa (ND).....            | 44        |

|                                                                                                                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2.3 Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Nasabah (KN) .....                                                                                                            | 45        |
| 4.2.4 Hasil Kuesioner Variabel Loyalitas Nasabah (LN).....                                                                                                            | 46        |
| 4.3 Analisis Data.....                                                                                                                                                | 47        |
| 4.3.1 Uji kecocokan model pengumpulan ( <i>Measurement Model Fit</i> ) .....                                                                                          | 47        |
| 4.3.1.1 Uji Validitas .....                                                                                                                                           | 47        |
| 4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....                                                                                                                                         | 48        |
| 4.3.2 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....                                                                                                                                | 48        |
| 4.3.3 Uji Kecocokan Model Struktural ( <i>Structural Model Fit</i> )..                                                                                                | 49        |
| 4.4 Pembahasan .....                                                                                                                                                  | 54        |
| 4.4.1 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan<br>Nasabah Produk BRI Britama Surabaya .....                                                                        | 54        |
| 4.4.2 Pengaruh Nilai Yang Dirasa Terhadap Kepuasan<br>Nasabah Produk BRI Britama Surabaya .....                                                                       | 56        |
| 4.4.3 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas<br>Nasabah Produk BRI Britama Surabaya .....                                                                       | 58        |
| 4.4.4 Pengaruh Mediasi Kepuasan Nasabah Dalam Hubungan-<br>nya Citra Perusahaan Dan Nilai Yang Dirasa Terhadap<br>Loyalitas Nasabah Produk BRI Britama Surabaya ..... | 61        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                                                                                                  | <b>62</b> |
| 5.1 Simpulan .....                                                                                                                                                    | 62        |
| 5.2 Saran .....                                                                                                                                                       | 62        |
| 5.2.1 Saran Akademis.....                                                                                                                                             | 62        |
| 5.2.2 Saran Praktis.....                                                                                                                                              | 63        |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....                                                                                                                                      | 64        |
| <b>DAFTAR RUJUKAN</b>                                                                                                                                                 |           |
| <b>LAMPIRAN</b>                                                                                                                                                       |           |

## DAFTAR TABEL

|           |                                                         |    |
|-----------|---------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 | Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....                | 15 |
| Tabel 3.5 | Skala Linkert .....                                     | 35 |
| Tabel 4.1 | Klasifikasi Responden .....                             | 41 |
| Tabel 4.2 | Frekuensi Jawaban Variabel Citra Perusahaan (Cp).....   | 43 |
| Tabel 4.3 | Frekuensi Jawaban Variabel Nilai yang Dirasa (ND) ..... | 44 |
| Tabel 4.4 | Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Nasabah (KN) .....  | 45 |
| Tabel 4.5 | Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Nasabah (LN) ..... | 46 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Validitas .....                               | 47 |
| Tabel 4.7 | Data Untuk Perhitungan Uji Reliabilitas .....           | 48 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Kecocokan Model Struktural .....              | 52 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                                                   |    |
|------------|---------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 | Pertumbuhan Nasabah Mikro (Triwulan).....         | 4  |
| Gambar 2.1 | Kerangka Pemikiran Kisang Ryu et.al, (2011).....  | 12 |
| Gambar 2.2 | Kerangka Pemikiran Abdul Naveed et.al (2009)..... | 13 |
| Gambar 2.3 | Kerangka Pemikiran Teviana (2010).....            | 14 |
| Gambar 2.4 | Kerangka Pemikiran Hipotesis Penelitian .....     | 27 |
| Gambar 4.1 | Hasil t-values dalam Model SEM .....              | 54 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|            |   |                                |
|------------|---|--------------------------------|
| Lampiran 1 | : | Output Hasil Correlation       |
| Lampiran 2 | : | Output Hasil Lisrel            |
| Lampiran 3 | : | Output Hasil Tabel Frequencies |

**The Effect of Corporate Image, Perceived value, Customer Loyalty BRI  
Britama Surabaya with The Mediation of  
Customer Satisfaction**

**ABSTRACT**

The development of the corporate world today has been colored by an increasingly tight competition. This is caused due to the currents of globalization increasingly wide open for any businessperson. See more intense competition in capturing market share is currently the big task of the banking industry to examine the extent to which the needs and wants of the customer at the moment. The creation of a State need each other prompted the emergence of loyalty within the customer so there arises a desire to move to another bank. Satisfaction is an important factor in shaping the loyalty. A satisfied customer of bank services will be loyal to the bank. The loyal attitude can be demonstrated through a desire to keep choosing the same bank and communicate by word of mouth to others. Satisfaction is an attitude which is the intention to maintain a long-term relationship because the relationship is considered valuable and provides benefits in the form of customer loyalty.

This research using quantitative methods. Data retrieval method is to use the distribution of questionnaires to respondents BRITAMA Bank BRI Surabaya. This research resulted in that company's image and perceived value has no effect on customer satisfaction, customer satisfaction and loyalty to clients. This shows that customer satisfaction has successfully mediated the relationship the corporate image and value of customer loyalty to where.

Keywords: corporate image, perceived value, customers satisfaction, customers loyalty.