

**PENGARUH KETERIKATAN MEREK NASABAH TERHADAP  
LOYALITAS MEREK INTERNET BANKING DENGAN  
PEMEDIASI PENGALAMAN MEREK ONLINE  
PADA BANK MANDIRI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Strata Satu

Program Studi Manajemen



Oleh :

**BOBY PRATHAMA NUGRAHA**

**N I M : 2014210911**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH KETERIKATAN MEREK NASABAH TERHADAP  
LOYALITAS MEREK INTERNET BANKING DENGAN  
PEMEDIASI PENGALAMAN MEREK ONLINE  
PADA BANK MANDIRI**

Diajukan oleh :

**BOBY PRATHAMA NUGRAHA**

**N I M : 2014210911**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 27-02-2018

**(Laila Saleh Marta', S.Psi.,M.MT., Psikolog.)**

Co. Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 27-02-2018

**(Faizatul Hiqmah, S.Sos.,MM)**

**PENGARUH KETERIKATAN MEREK NASABAH TERHADAP  
LOYALITAS MEREK INTERNET BANKING DENGAN  
PEMEDIASI PENGALAMAN MEREK ONLINE  
PADA BANK MANDIRI**

Disusun oleh :

**BOBY PRATHAMA NUGRAHA**

**N I M : 2014210911**

Dipertahankan didepan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 27 Februari 2018

Tim Penguji

**Ketua : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.**



**Sekretaris : Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog**



**Anggota : Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog**



## PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Bobby Prathama Nugraha  
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 10 Oktober 1996  
N.I.M : 2014210911  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
J u d u l : Pengaruh Keterikatan Merek Nasabah terhadap Loyalitas Merek Internet Banking dengan Pemeditasi Pengalaman Merek *Online* pada Bank Mandiri

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 27-02-2018

Co. Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 27-02-2018

**(Laila Saleh Marta', S.Psi.,M.MT., Psikolog.)**

**(Faizatul Hiqmah, S.Sos.,MM)**

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,  
Tanggal : 27-02-2018

**(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)**

## MOTTO & PERSEMBAHAN



Lampau batasanmu, jangan pernah menyerah !

*“ break the limit ! ”*

( **Gusion – Mobile Legends** )

*“good boys go to heaven, bad boys bring heaven to you”*

( **Julia Michaels – Heaven** )

Artiin sendiri wkwk

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan Rahmat Allah SWT yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang karena atas rahmat-Nya lah saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan dapat memberikan hasil yang memuaskan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk semua pihak yang turut berperan besar dalam menyelesaikan skripsi ini. Tanpa ada dukungan mereka, mungkin saya akan merasa sulit untuk menyelesaikan skripsi ini.

### **KELUARGA MARTONO**

saya mengucapkan banya terimakasih kepada keluarga saya terutama papa dan mama yang dimana tanpa mereka saya bukanlah siapa-siapa. Tanpa kedua orangtua saya pula saya tidak aan mencapai titik ini dan alhamdulillah keluarga saya terutama ayah dan ibu saya tidak henti-hentinya mensupport saya dan memotivasi saya. Terimakasih juga kepada kakak dan adik saya yang juga selama ini telah menyemangati saya. Saya harap suatu saat nanti saya akan sukses dan membahagiakan semua keluarga saya.

### **BU LAILA SALEH DAN BU FAIZAH**

Saya juga mengucapkan banyak terimakasih kepada kedua dosen pembimbing saya ibu laila dan ibu faizah yang selama ini sangat-sangat berperan penting atas skripsi saya. saya mengetahui bahwa saya dan rekan-rekan bimbingan saya banya menyusahkan dan merepotkan ibu tapi kami telah berusaha semaksimal mungkin untuk menjadi lebih baik lagi kedepannya.

### **MEM LAILA CREW**

Haha saya akan ingat apa saja yang telah kita lakukan selama skripsi ini, dan inilah yang turut menjadi cerita yang menarik dalam hidup saya. Meskipun saya adalah anggota termuda dalam bimbingan ini tapi saya merasa dekat dan tidak ada penghalang diantara kami bertiga. Saya yakin kami akan menjadi orang sukses di masa depan dan akan membanggakan keluarga kami dan semua yang telah mendukung kami. Buat mas fahmi jangan pacaran mulu dan buat mas ravi semangat lur cepet selesaikan revisianmu hahaha.

### **SOK NGGEMBEL**

Halo kawan, mungkin saat halaman persembahan ini masuk ke perpustakaan dan dibaca oleh generasi selanjutnya maka aku yainan pada kalian semua bahwa kalian semua masih kuingat dan persahabatan kita tidak akan pernah hilang. Semua hal yang telah kita lalui akan menjadi ceirta indah yang akan ku ceritakan kepada anak-anak ku dimasa yang kana datang. Semua hal tentang kita akan tetap tersimpan dalam memori indah ku bersama kalian. You gus are *irreplaceable*.

### **PEMUDA KONTRAKAN PEMUDA PAK KAJI**

Terimakasih jokowi, bagas, al, efe, ocin, jawa, dan semua anggota tidak tetap dari kontrakan pemuda pak kaji. Saya tidak akan lupa dengan kenangan kita terlebih saat-saat akhir kita menjadi mahasiswa dan akhirnya lulus bersama. Kita disatukan oleh rasa dan ikatan yang terbentuk dari banyak hal yang kita lalui, termasuk mobile legend haha. Maafkan kalau saya sering menjadi beban dan *noob* bagi tim kita tapi yakinlah saya ini bukan *noob* Cuma pas apes saja hehe. Semoga dimasa depan kita menjadi orang yang sukses dan tidak pernah melupakan kawannya.

### **HMJ MANAJEMEN**

HMJM, tidak ada kata yang dapat mengekspresikan hati saya saat menyebut nama organisasi ini. Bagi saya organisasi ini sudah menjadi bagian dari hidup saya dimana dengannya lah saya belajar banyak sekali hal yang belum pernah saya dapatkan di tempat lainnya. Organisasi inilah yang juga termasuk mendukung saya hingga mencapai titik ini. Kepengurusan 15/16 berisi orang – orang penuh dedikasi dan profesional terhadap tanggung jawab yang dibebankan pada mereka. Banyak sekali hal yang terkenang dalam benak saya dan yakinlah suatu saat kita akan berkumpul kembali membawa cerita-cerita baru dalam hidup kita dimasa depan.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT dengan rahmat dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Keterikatan Merek Nasabah terhadap Loyalitas Merek Internet Banking dengan pemediasi Pengalaman Merek *Online* pada Bank Mandiri”.

Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa syukur peneliti dan rasa terima kasih atas semua pihak yang telah membantu dan juga membimbing peneliti selama menjalani proses perkuliahan dan penulisan skripsi. Skripsi ini ditujukan kepada :

1. Keluarga peneliti yang sangat berjasa dalam kehidupan peneliti mulai dari kecil hingga saat ini peneliti dapat mencapai titik ini. Peneliti bukanlah apa-apa tanpa keluarga disamping peneliti.
2. Ibu Laila Saleh Marta’, S.psi.,M.MT., Psikolog selaku dosen pembimbing dimana jasa beliau sangat besar dalam mebantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan segala bimbingan serta tuntunan yang diberikan hingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
3. Ibu Faizatul Hiqmah, S.Sos., MM selaku Co-Dosen pembimbing yang turut berjasa dalam membantu dan mengarahkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
4. Ibu Dr. Muazaroh S.E., M.T., selaku Ketua Progam studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang juga seringkali memberikan peneliti tuntunan dan

arahan serta *support* dan motivasi baik saat menulis skripsi ini maupun aktivitas di kampus.

5. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin., selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.

Peneliti berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan peneliti juga memohon maaf jika terdapat kesalahan baik dalam proses penyusunan skripsi maupun kesalahan lainnya.



Surabaya, 19 Februari 2018

Boby Prathama Nugraha



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori .....	18
2.3. Kerangka Pemikiran .....	24
2.4. Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	26
3.2. Batasan Penelitian .....	27
3.3. Identifikasi Variabel.....	27
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	28
3.5. Instrumen Penelitian.....	31
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.7. Metode Pengambilan Data .....	35
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	35
3.9. Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN</b>	
<b>ANALISIS DATA.....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Subyek Penelitian .....	42
4.2 Analisis Data .....	48
4.3 Pembahasan .....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Keterbatasan .....	73

5.3 Saran ..... 73

DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index Internet Banking .....	3
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Tabel Pengukuran .....	31
Tabel 3.2 Tabel Kisi-Kisi Kuisisioner .....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan .....	47
Tabel 4.6 Interval Kelas Variabel .....	49
Tabel 4.7 Tanggapan Terhadap Keterikatan Merek .....	49
Tabel 4.8 Tanggapan Terhadap Pengalaman Merek .....	53
Tabel 4.9 Tanggapan Terhadap Loyalitas Merek .....	54
Tabel 4.10 Indicator Weight Variabel Penelitian .....	57
Tabel 4.11 Uji Validitas Diskriminan .....	58
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Pada Variabel Laten .....	59
Tabel 4.13 Evaluasi Goodness Of Fit Pada Model Persamaan Struktural ...	60
Tabel 4.14 Goodness Of Fit Antar Variabel Laten .....	61
Tabel 4.15 Koefisien Jalur Model Persamaan Struktural .....	63
Tabel 4.16 Pengaruh Total Dan Pengaruh Tidak Langsung .....	64

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Imran Khan, Zillur Rahman, Mobin Fatma (2016) .....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Civilai Leckie, Munyaradzi W. Nyadzayo dan Lester W. Johnson (2015)	13
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Sayed Mohammad Bagher, Jafari Mehrdad Forouzandeh, Seyed Alimohammad Ghazvini, Nousha Safahni And Mahdi Moslehi (2016) .....	15
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Usia .....	44
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	45
Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	46
Gambar 4.5 Grafik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan .....	48
Gambar 4.6 Hasil Akhir Estimasi Model Uji Hipotesis .....	62
Gambar 4.7 Komponen Perhitungan VAF .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Indikator
- Lampiran 4 : Karakteristik Responden
- Lampiran 5 : Tanggapan Responden
- Lampiran 6 : Hasil Analisa PLS
- Lampiran 7 : Jadwal Penulisan Skripsi
- Lampiran 8 : Surat Pernyataan
- Lampiran 9 : Kartu Berita Acara Perbaikan Proposal Skripsi
- Lampiran 10 : Kartu Berita Acara Perbaikan Skripsi
- Lampiran 11 : Hasil Uji Turnitin

**THE EFFECT OF CUSTOMER BRANDS ENGAGEMENT TOWARD  
INTERNET BANKING BRAND LOYALTY WITH ONLINE BRAND  
EXPERIENCE AS MEDIATOR IN BANK MANDIRI**

**Boby Prathama Nugraha**  
**STIE PERBANAS SURABAYA**  
**E-mail : [bobipratamatama@gmail.com](mailto:bobipratamatama@gmail.com)**

**ABSTRACT**

*Purpose of this study is to determine the influence of customer brand engagement to the loyalty of internet banking brand with mediator online brand experience at Bank Mandiri. This research is a quantitative research with survey approach using questionnaire distributed to 130 respondents. The questionnaire was measured by Likert scale and data analysis was Partial Least Square (PLS) technique. The result of this research shows that Customer Brand Bracket engagement has a direct effect of 0.231 on the Online Brand Experience and significant due to the level of significance ( $p$  Value) = 0.001. Brand Customer engagement has a direct effect of 0.336 on Brand Loyalty and significant due to the level of significance ( $p$  Value) <0.001. Online Brand Experience has a direct effect of 0.441 on Brand Loyalty and significant due to the significance level ( $p$  Value) <0.001. Mediation rate is 19.2% so that the online brand experience is not the mediator toward the influence of customer brand engagement on brand loyalty to Bank Mandiri's internet banking customers.*

*Keywords: Customer Brand Engagement, Online Brand Experience, Brand Loyalty.*

**PENGARUH KETERIKATAN MEREK NASABAH TERHADAP  
LOYALITAS MEREK INTERNET BANKING DENGAN  
PEMEDIASI PENGALAMAN MEREK ONLINE  
PADA BANK MANDIRI**

**Boby Prathama Nugraha**  
**STIE PERBANAS SURABAYA**  
**E-mail : [bobipratamatama@gmail.com](mailto:bobipratamatama@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keterikatan merek nasabah terhadap loyalitas merek internet banking dengan pemediiasi pengalaman merek online pada Bank Mandiri. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey yang menggunakan kuesioner yang disebarakan ke sebanyak 130 orang responden. Kuesioner diukur dengan skala Likert dan analisa data dilakukan dengan teknik Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Keterikatan Merek Nasabah berpengaruh langsung sebesar 0,231 terhadap Pengalaman Merek *Online* dan pengaruh ini signifikan dikarenakan tingkat signifikansi (p Value) = 0,001. Keterikatan Merek Nasabah berpengaruh langsung sebesar 0,336 terhadap Loyalitas Merek dan pengaruh ini signifikan dikarenakan tingkat signifikansi (p Value) < 0,001. Pengalaman Merek *Online* berpengaruh langsung sebesar 0,441 terhadap Loyalitas Merek dan pengaruh ini signifikan dikarenakan tingkat signifikansi (p Value) < 0,001. pemediiasi nilainya sebesar 19,2% sehingga pengalaman merek *online* tidak memiliki peran mediasi pada pengaruh keterikatan merek nasabah terhadap loyalitas merek pada nasabah *internet banking* Bank Mandiri.

Kata kunci : *Keterikatan Merek, Pengalaman Merek Online, Loyalitas Merek.*