

**PENGARUH *CUSTOMER-BRAND ENGAGEMENT* TERHADAP
BRAND SATISFACTION DENGAN *MEDIASI ONLINE*
BRAND EXPERIENCE PADA *INTERNET BANKING*
PT. BANK NEGARA INDONESIA TBK.**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu
Program Studi Sarjana Manajemen**



Oleh:

**AHMAD MUSFIQUL IBAD
NIM : 2014210750**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**PENGARUH *CUSTOMER-BRAND ENGAGEMENT* TERHADAP
BRAND SATISFACTION DENGAN MEDIASI *ONLINE*
BRAND EXPERIENCE PADA *INTERNET BANKING*
PT. BANK NEGARA INDONESIA TBK.**

Diajukan oleh :

**AHMAD MUSFIQUL IBAD
NIM : 2014210750**

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal : 2 Februari 2018



(Dra. Lindiawati, MM)

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER-BRAND ENGAGEMENT* TERHADAP
BRAND SATISFACTION DENGAN *MEDIASI ONLINE*
BRAND EXPERIENCE PADA *INTERNET BANKING*
PT. BANK NEGARA INDONESIA TBK.**

Disusun oleh

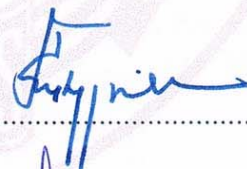
AHMAD MUSFIQUL IBAD

NIM : 2014210816


Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 12 Februari 2018

Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Tatik Suryani, MM.



Sekretaris : Dra. Lindiawati, MM.



Anggota : Dr. Basuki Rahmat, SE, MM.



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : AHMAD MUSFIQUL IBAD
Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan 22 Juni 1996
NIM : 2014210750
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Customer-Brand Engagement* terhadap *Brand Satisfaction* dengan Mediasi *Online Brand Experience* pada *Internet Banking* PT. Bank Negara Indonesia Tbk.

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Tanggal : 20-03-2018



(Dr. Muazaroh, SE, MT)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 19 Maret 2018



(Dra. Lindiawati, MM)

MOTTO

“Selama ada keyakinan, semua akan menjadi mungkin”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, saya mempersembahkan skripsi ini dan mengucapkan banyak terimakasih kepada:

Allah SWT

Puja dan puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan mengabulkan setiap doa saya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat waktu dan hasil yang memuaskan.

IBU

Tidak ada kata yang dapat diucapkan untuk mewakili rasa terimakasihku untukmu ibu. Tanpamu aku bukanlah siapa-siapa, semua kerja kerasmu selama ini tidak dapat dibalas dengan apapun yang ada di dunia ini. Semua ini aku persembahkan untukmu. Terimakasih banyak Ibu.

Almarhum Ayah

Terimakasih banyak ayah, terimakasih telah mengajarku tentang nilai-nilai kehidupan, terimakasih telah mengajarku untuk selalu sabar. Meskipun sangat cepat engkau pergi meninggalkan kami, tapi semua tentang dirimu selalu membekas dalam hatiku. Sekali lagi terimakasih banyak. Dan semua ini tidak akan dapat aku capai tanpa semua nasehatmu yang membekas di hatiku. Semua ini aku persembahkan untukmu. Terimakasih banyak Ayah.

KAKAK dan MBAK

HEHEHE,,,,,, Terimakasih banyak ya kakak athok dan mbak lina serta mbk mar makasih atas semua nasehat dan semangat yang selalu kalian berikan untuk adikmu ini. Berkat kalian aku bisa terus bersemangat dan tidak putus asa ketika menghadapi kesulitan dalam pengerjaan tugas akhir ini. Terimakasih banyak kakak dan mbakku.

IBU Emma Yulianti, SE., MM.

Terimakasih banyak ibu atas saran dan nasehat yang selama ini ibu berikan sehingga saya dapat menyelesaikan proses perkuliahan selama 7 semester ini dengan baik dan lancar.

Semoga ibu Emma sekeluarga sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT. Amin.

IBU Dra. Lindiawati, MM

Terimakasih banyak ibu atas bimbinganya dalam penyelesaian skripsi ini, beliau yang selalu sabar serta benar-benar membimbing dan mengarahkan anak-anaknya.

Semoga ibu Lindi sekeluarga sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT. Amin.

ISHLAHUL UMMAH

Terimakasih untuk orang yang sangat spesial buatku, yang selalu menemaniku selama 10 tahun ini dan semoga bisa terus sampai selamanya. Terimakasih banyak ya atas bantuanya yang sudah memberi motivasi dan semangat serta membantuku untuk menyebarkan kuesioner. Dan maaf banget sudah menyusahkanmu dengan semua tingkahku yang nyebelin. Skripsi ini tidak dapat selesai dengan baik tanpa kamu terimakasih banyak Ishlahul Ummah.

SAHABAT STREES

Hahahaha,,, maafkan ya udah ninggalin kalian dengan LULUS duluan. Untuk Angga, Anisa, Bachtiar makasih banyak atas semua semangat dan motivasi yang kalian berikan. Semoga persahabatan ini dapat terus kita jaga selamanya. Untuk Angga dan Anisa semangat untuk ngerjain skripsinya ya. Dan untuk Bachtiar terus semangat bro buat nglanjutin S2nya dan semoga lancar juga kerjanya hahaha.

DULUR KULIAH DAN KOS

Terimakasih banyak ya lur, berkat kalian semua aku bisa menyelesaikan perkuliahan selama 7 semester ini dengan lancar dan terimakasih untuk kenangan-kenangan indah selama masa perkulihan. maaf tidak bisa nyebutin semuanya. Dan untuk dulur-dulur kosku Affry, Batam, Kacong, Soni makasih banyak atas bantuan dan dukungannya selama ini.

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas pembuatan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Tidak lupa sholawat serta salam semoga selalu terlimpahkan kepada baginda tercinta Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita semua ke jalan yang benar.

Maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir Program S1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Lutfi, SE., M.Fin sebagai ketua STIE Perbanas Surabaya
2. Dr. Muazaroh, SE, MT sebagai Ketua Program studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Dra. Lindiawati, MM. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan penulis agar dapat menyelesaikan tugas pembuatan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menempuh studi.
5. Bapak dan Ibu Staf administrasi STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan bantuan di bidang administrasi selama penulis menempuh studi.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Surabaya, Maret 2018

Ahmad Musfiqul Ibad



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesa Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan Penelitian.....	26
3.2 Batasan Penelitian.....	26
3.3 Identifikasi Variabel.....	27
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.6 Instrumen Penelitian.....	32
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	33
3.9 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	40
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	40
4.2 Analisis Data.....	46
4.3 Pembahasan.....	61

BAB V	PENUTUP	67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Keterbatasan	68
5.3	Saran	68

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Matriks Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 : Kriteria Penilaian Indikator	29
Tabel 3.2 : Tabel Interval Kelas	30
Tabel 3.3 : Kisi-kisi Kuesioner	32
Tabel 4.1 : Jadwal Penyebaran Kuesioner	40
Tabel 4.2 : Kategori responden berdasarkan jenis kelamin	41
Tabel 4.3 : Kategori responden berdasarkan usia	42
Tabel 4.4 : Kategori responden berdasarkan pendidikan	43
Tabel 4.5 : Kategori responden berdasarkan pekerjaan	44
Tabel 4.6 : Kategori responden berdasarkan lama menjadi nasabah	45
Tabel 4.7 : Interval kelas variabel	47
Tabel 4.8 : Tanggapan responden terhadap variabel <i>Customer-Brand Engagement</i>	47
Tabel 4.9 : Tanggapan responden terhadap variabel <i>Online Brand Experience</i>	48
Tabel 4.10 : Tanggapan responden terhadap variabel <i>Brand Satisfaction</i>	48
Tabel 4.11 : Hasil uji validitas	49
Tabel 4.12 : Hasil uji reliabilitas	51
Tabel 4.13 : Perhitungan normalitas data	52
Tabel 4.14 : Hasil perhitungan multikolinieritas	53
Tabel 4.15 : Hasil Perhitungan DW_{HITUNG}	53
Tabel 4.16 : Output uji regresi linier sederhana untuk uji hipotesis ke- 1 dan 3	55
Tabel 4.17 : Output uji regresi linier sederhana untuk uji hipotesis ke- 2	56
Tabel 4.18 : Rekapitulasi hasil analisis jalur	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Grafik Persentase Nilai Transaksi Layanan Internet Banking Bank Buku 4 Tahun 2014.	4
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran penelitian Imran Khan Zillur Rahman Mobin Fatma (2016)	9
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Penelitian Seyed Mohammad Bagher Afari, Mehrdad Forouzandeh, Seyed Alimohammad Ghazvini, Nousha Safahani, dan Mahdi Moslehi (2016)	11
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Penelitian Evi Rahmawati, Sanaji (2015)	13
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1 : Analisis jalur	38
Gambar 4.1 : Grafik responden berdasarkan jenis kelamin	42
Gambar 4.2 : Grafik responden berdasarkan usia	43
Gambar 4.3 : Grafik responden berdasarkan pendidikan	44
Gambar 4.4 : Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	45
Gambar 4.5 : Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah	46
Gambar 4.6 : Model analisis jalur	58
Gambar 4.7 : Hasil perhitungan model analisis jalur	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 3 : Tanggapan Responden
- Lampiran 4 : Uji Validitas
- Lampiran 5 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Analisa Jalur



**PENGARUH *CUSTOMER-BRAND ENGAGEMENT* TERHADAP
BRAND SATISFACTION DENGAN MEDIASI *ONLINE
BRAND EXPERIENCE* PADA *INTERNET BANKING*
PT. BANK NEGARA INDONESIA TBK.**

**Ahmad Musfiqul Ibad
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2014210742@students.perbanas.ac.id**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Customer-Brand Engagement* terhadap *Brand Satisfaction* pada pengguna internet banking BNI di Surabaya dengan *Online Brand Experience* sebagai variabel mediasi. berdasarkan metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode survei dimana peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden berupa kuesioner. Penelitian ini melibatkan 104 responden yang menggunakan internet banking BNI. Sampling akan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer-Brand Engagement* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Satisfaction* pada internet banking BNI di Surabaya. Selanjutnya, *Online Brand Experience* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Satisfaction* pada internet banking BNI di Surabaya, dan *Customer-Brand Engagement* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Online Brand Experience* pada internet banking BNI di Surabaya. Dalam penelitian ini, juga ditemukan bahwa *Online Brand Experience* tidak memediasi pengaruh *Customer-Brand Engagement* terhadap *Brand Satisfaction* pada internet banking BNI di Surabaya.

Kata kunci : *Customer-Brand Engagement, Online Brand Experience, Brand Satisfaction, Internet Banking.*

**THE EFFECT OF CUSTOMER-BRAND ENGAGEMENT TO BRAND
SATISFACTION WITH ONLINE BRAND EXPERIENCE
MEDIATION ON INTERNET BANKING PT.
BANK INDONESIA COUNTRY TBK.**

**Ahmad Musfiqul Ibad
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2014210742@students.perbanas.ac.id**

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of Customer-Brand Engagement to Brand Satisfaction on internet banking users BNI in Surabaya with Online Brand Experience as a mediation variable. based on data collection method of this research using survey method where the researcher ask some question to respondent in the form of questioner. This study involved 104 respondents who use internet banking BNI. Sampling will use non probability sampling technique with purposive sampling method. The results showed that Customer-Brand Engagement significantly affect to Brand Satisfaction on internet banking BNI in Surabaya. Furthermore, the Online Brand Experience significantly affects to Brand Satisfaction on BNI internet banking in Surabaya, and Customer-Brand Engagement has no significant effect to Online Brand Experience on BNI internet banking in Surabaya. In this research, also found that the Online Brand Experience does not mediate the influence of Customer-Brand Engagement to Brand Satisfaction on BNI internet banking in Surabaya.

Key words : *Customer-Brand Engagement, Online Brand Experience, Brand Satisfaction, Internet Banking.*