

**KETERLIBATAN PELANGGAN MEREK DAN PENGALAMAN
MEREK TERHADAP CITRA MEREK PADA *INTERNET*
BANKING
VERSI *TOP BRAND AWARD***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

ROFIYANTI
2013210903

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

**KETERLIBATAN PELANGGAN MEREK DAN PENGALAMAN
MEREK TERHADAP CITRA MEREK PADA *INTERNET*
BANKING VERSI *TOP BRAND AWARD***


Diajukan oleh :

ROFIYANTI

NIM : 2013210903

Skripsi ini telah dibimbing,
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 6 September 2017



(YUDI SUTARSO, S.E., M.Si.)

SKRIPSI

KETERLIBATAN PELANGGAN MEREK DAN PENGALAMAN MEREK TERHADAP CITRA MEREK PADA *INTERNET* *BANKING* VERSI *TOP BRAND AWARD*

Disusun oleh

ROFIYANTI

NIM : 2013210903

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 6 September 2017

Tim Penguji

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

Sekretaris : Dr. Yudi Sutarso, S.E.,M.Si.

Anggota : Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rofiyanti
Tempat, Tanggal Lahir : Blitar, 04-04-1994
N.I.M : 2013210903
Program Studi : Manajemen
Program pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Keterlibatan Pelanggan Merek dan Pengalaman Merek Terhadap Citra Merek pada *internet banking* versi *top brand award*

Disetujui dan diterima baik oleh :

Letua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing

Tanggal:.....

Tanggal :


(Dr.MUAZAROH S.E.,M.T)


(YUDI SUTARSO, S.E.,M.Si)

Moto

Tak ada yang bisa membuatmu merasa rendah diri tanpa persetujuanmu. Dan Satu-satunya hal yang harus kita takuti adalah ketakutan itu sendiri.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat-Nya lah saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan dapat memberikan hasil yang memuaskan.

Skripsi ini saya persembahkan kepada semua orang-orang yang saya sayangi terutama bagi kedua orang tua saya, dosen, dan teman-teman saya.

Saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya bagi kedua orang tua saya, Papa M. Rofii. dan Mama Suriyah. yang tak henti-hentinya memberikan semangat dan memberikan dukungan sepenuhnya dalam menyelesaikan skripsi ini. Kerja keras beliau-beliaulah yang membuat saya termotivasi untuk sesegera mungkin menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Terimakasih juga kepada kakak-kakak kesayangan M. Sodek dan Badrun Samami yang menjadi motivasi saya untuk terus belajar dan engkau berusaha menjadi contoh kakak yang baik. Tak lupa terimakasih juga kepada keluarga besar atas doa dan semangatnya untuk saya.

Buat *My favorite notification* Debra Libardo terima kasih selalu mendukung dan menemani. Terimakasih banyak atas doa, semangatnya, motivasinya, pengertiannya, kesabarannya dan semuanya sampai terselesainya skripsi ini ♥ ♥

Heey sahabatku-sahabatku, teman bimbingan seperjuangan dan teman-teman dari semester satu sampai akhir kuliah ini selalu menemani dan saling berbagi. Terimakasih atas semangatnya, kekocakannya, jadi temen merpus, temen *sharing*, motivasinya, dan untuk teman bimbingan seperjuangan Rafidah, Vella, Dayat, Erik, Rizky, Fatimatuzzuhroh dan Emy suka duka skripsi ini sudah kita lewati

bersama akhirnya kita bisa lulus bareng dengan tepat waktu sesuai dengan yang kita harapkan. Alhamdulillah kita bisa wisuda bareng ☺ ♥

Buat sahabat dan teman-teman setiaku terimakasih ya atas kedatangannya pada saat siding kelulusan. semoga kita selalu sukses kedepanya.

Love banyak buat kalian semua ♥ ♥ ♥ ♥

Tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada jajaran dosen Bapak Yudi Sutarso yang sudah membantu membimbing sampai selesainya skripsi ini, terimakasih juga untuk Bapak Ronny selaku dosen wali saya yang sudah memberikan semangat, doanya untuk anaknya sampai akhir skripsi ini. Serta Bapak Rony, dan Bapak Basuki, yang sudah membantu untuk perbaikan skripsi serta saran-saran yang diberikan hingga menjadi skripsi yang layak.

Entah masih beberapa orang lagi yang harus saya sebutkan dan berikan ucapan terimakasih. Namun dari lubuk hati yang paling dalam saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya untuk doa dari semua orang yang mengenal saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dan dinyatakan lulus menjadi Sarjana. Akhir kata,

Wassalamualaikum. wr. wb. ☺

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah Kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“KETERLIBATAN PELANGGAN MEREK DAN PENGALAMAN MEREK TERHADAP CITRA MEREK PADA INTERNET BANKING VERSI TOP BRAND AWARD”**.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini telah melalui banyak sekali hambatan dan rintangan, namun berkat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka akhirnya penulisan ini dapat terselesaikan, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T. Selaku Ketua Jurusan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr. Yudi Sutarso, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah berperan banyak atas selesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan serta dukungan, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH. Selaku Dosen Wali yang telah membimbing Penulis selama menempuh studi di STIE PERBANAS Surabaya.
5. Bapak/Ibu Dosen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada Penulis selama proses pembelajaran.
6. Kedua Orang Tua Penulis yang telah memberikan dukungan sepenuhnya, menuntun Penulis dengan sabar serta doa restu yang selalu diberikan kepada Penulis.

7. Seluruh Dosen dan Rekan-rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam mengerjakan skripsi ini.

Akhirnya, Peneliti berharap agar skripsi ini dapat menjadi kontribusi yang baik untuk kedepannya. Berharap terdapat saran-saran yang membangun agar dapat melahirkan berbagai motivasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi yang jauh lebih baik bagi Peneliti.

Surabaya, 13 September 2017

Rofiyanti



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	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	xiii
DAFTAR LAMPIRAN ..	x
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Batasan Penelitian	23
3.3 Identifikasi Variabel.....	23
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3.5 Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.6 Instrumen Penelitian	28
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas	31
3.9 Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DATA	36
4.1. Gambaran Subyek Penelitian	36
4.2. Analisis Data	42
4.3. Pembahasan.....	56

BAB V	PENUTUP	61
	5.1. Kesimpulan.....	61
	5.2. Keterbatasan.....	61
	5.3. Saran.....	62

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Top Brand Award Tahun 2015-2017	4
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	14
Tabel 3.1 : Interval Kelas	26
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Kuesioner	29
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Sampel Kecil Variabel	44
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Sampel Besar Variabel	45
Tabel 4.3 : Hasil Uji Realibilitas Sampel Kecil Variabel	46
Tabel 4.4 : Hasil Uji Realibilitas Sampel Besar Variabel	46
Tabel 4.5 : Rumus Kelas Interval	47
Tabel 4.6 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keterlibatan Merek	48
Tabel 4.7 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman Merek	49
Tabel 4.8 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Merek	49
Tabel 4.9 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	50
Tabel 4.10 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	51
Tabel 4.11 : Path Coefficient	52
Tabel 4.12 : P Value	52
Tabel 4.13 : Standartd Errors For Path Coefficients	53
Tabel 4.14 : Effect Size For Path Coefficients	53
Tabel 4.15 : Correlations Among Latent Variable With Square Roots of Ave	55

Tabel 4.16 : P Values For Correlations

55

Tabel 4.17 : Variance Inflation Factors

56



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran : Imran khan zillur rahman mobin fatma (2015)	10
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran : Ervan Severi & Kwek Choon Ling (2013)	11
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran : Erfan Dilek Cetin, Asli Kuscuz, Dilek Saglik Ozcam, and Yusuf Can Erdem (2016)	12
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran : Rofiyanti (2017)	20
Gambar 4.1 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4.2 : Responden Berdasarkan usia	37
Gambar 4.3 : Responden Berdasarkan Pendidikan	38
Gambar 4.4 : Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Gambar 4.5 : Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Internet Banking	39
Gambar 4.6 : Responden Berdasarkan Internet Banking Digunakan	39
Gambar 4.7 : Responden Berdasarkan Internet Banking yang Paling Sering Digunakan	40
Gambar 4.8 : Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank	40
Gambar 4.9 : Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Internet Banking	41
Gambar 4.10 : Responden Berdasarkan Frekwensi Menggunakan Internet Banking Dalam sebulan	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Kriteria Data Responden
- Lampiran 3 : Output Validitas
- Lampiran 4 : Output Realiabilitas
- Lampiran 5 : Analisis Hasil Tanggapan
- Lampiran 6 : Hasil Warpls



**KETERLIBATAN PELANGGAN MEREK DAN
PENGALAMAN MEREK TERHADAP
CITRA MEREK PADA *INTERNET
BANKING VERSI TOP
BRAND AWARD***

Rofiyanti
STIE Perbanas Surabaya
Email : Avrilqryanti@gmail.com

ABSTRAK

Internet Banking merupakan alat untuk salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi komunikasi dan informasi seperti mobile banking, transaksi menggunakan handphone, seperti atm, sms banking dan telepon banking. Dan di Indonesia pula sering digunakan oleh masyarakat, hal ini mengakibatkan terjadinya persaingan antar produk Bank dengan memilih merek internet banking yang ada semakin ketat sehingga perusahaan dituntut untuk berlomba dalam memasarkan menggunakan internet banking di Indonesia. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen agar loyal terhadap sebuah produk, diantaranya adalah keterlibatan merek, pengalaman merek, kepuasan merek, loyalitas merek, dan citra merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor keterlibatan merek, pengalaman merek, kepuasan merek dan loyalitas merek dapat mempengaruhi citra merek pada internet banking. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuisioner dengan jumlah responden sebanyak 120 orang pengguna internet banking di Surabaya. Hasil kuisioner akan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan merek, pengalaman merek, kepuasan merek, loyalitas merek mempengaruhi citra merek untuk internet banking Versi Top Brand Award.

Kunci: Keterlibatan Merek, Pengalaman Merek, Kepuasan Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek

**BRAND ENGAGEMENT AND BRAND EXPERIENCE
ON BRAND IMAGE ON INTERNET
BANKING TOP VERSION
BRAND AWARD**

Rofiyanti
STIE Perbanas Surabaya
Email : Avrilqryanti@gmail.com

ABSTRACT

Internet Banking is a tool any banking services that use communication and information technology such as mobile banking, hanphone transactions such as atm, sms banking and telephone banking. And in Indonesia is also often used by the community, this resulted in the competition between Bank products by choosing the internet banking brand that is more stringent so the company is required to compete in marketing the use of internet banking in Indonesia. There are several factors that can influence consumers to be loyal to a product, including brand involvement, brand experience, brand satisfaction, brand loyalty and brand image. This study aims to determine how the factors of brand involvement, brand experience, brand satisfaction and brand loyalty can affect the brand image on internet banking. The semple used in this study is a questionnaire with the number of respondents as much as 120 people internet bankng users in Surabaya. The results of the questionnaire will be analyzed using SPSS version 16.0. The results of this study indicate that brand involvement, brand experience, brand satisfaction, brand loyalty affect the brand image for internet bankng Top Brand Award Version.

Key words: *Customer Brand Engagement, Brand Experience, Brand Satisfaction, Brand Loyalty, Brand Image*