

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUASAN NASABAH *INTERNET BANKING*
BANK BNI**

SKRIPSI

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



OLEH :

ADINE RESTANTY DEWI

NIM : 2011210676

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS SURABAYA

2015

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUASAN NASABAH *INTERNET BANKING*
BANK BNI**

Diajukan oleh :

ADINE RESTANTY DEWI

NIM : 2011210676

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 13-01-2015


(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M.)

SKRIPSI

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUASAN NASABAH *INTERNET BANKING*
BANK BNI**

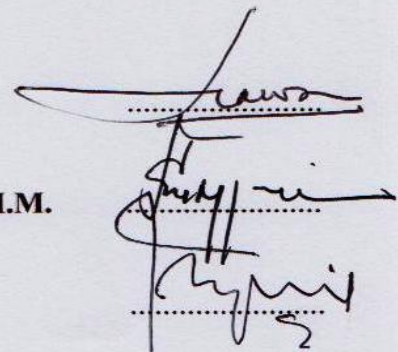
Disusun oleh :

**ADINE RESTANTY DEWI
2011210676**

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 06 Februari 2015

Tim Penguji

Ketua : Drs. Irawan, M.M.
Sekretaris : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M.
Anggota : Emma Julianti, S.E, M.M.



Handwritten signatures of the examiners: Irawan, Tatik Suryani, and Emma Julianti.

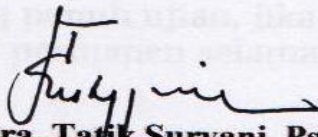
PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adine Restanty Dewi
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 16 September 1993
N.I.M : 2011210676
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap
Kepuasan Nasabah *Internet Banking* Bank BNI

Disetujui dan diterima baik oleh :


Dosen Pembimbing

Tanggal : 27-03-2015


(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M.)

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal : 27-03-2015


(Dr. Muazaroh, SE, MT)



MOTTO

Always Put Your Best Efforts And Dont Think More

"Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik." (Evelyn Underhill)

"Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik".
(HR. Thabrani)

"Kesabaran memang penuh ujian, jika anda selalu lulus, kemenangan itu akan permanen selamanya." (Mario Teguh)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, sebuah karya skripsi telah berhasil terangkai dengan indah . Dari hati yang tulus, ijinkan saya mempersembahkan skripsi ini kepada :

Allah SWT

Segala puji bagi Engkau ya Rabb, berkat rahmat dan kuasaMu akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar dan tepat waktu. Semoga ini menjadi salah satu bentuk ibadah yang dapat bermanfaat bagi umat dan semesta. Amin

Ayah & Ibu

Terimakasih atas segala dukungan yang telah ayah&ibu berikan. Walaupun tak selalu dekat, namun kasih sayang dan doa ayah & ibu selalu menemani dan lekat di hati. Segala yang saya lakukan, tak lain hanya ingin membuat ayah&ibu bangga dan tersenyum bahagia.

Praseno Aji,SE

Kupersembahkan karya yang penuh makna ini untukmu terkasihku. Terimakasih atas rasa cinta dan kasih sayangmu yang tiada henti. Kau selalu membuatku semangat dan penuh inspirasi. Rasa sabar, pengertian, dan keikhlasanmu selalu menemani. Semoga kita ditakdirkan untuk selalu mendukung dan menyayangi satu sama lain hingga tua nanti. Amin

Keluargaku

Untuk adikku sayang Aryadna Pamila, Adhe Erma Ayunda, terima kasih selalu mendoakan kakak dalam meraih kesuksesan. Selalu jaga kekompakan dan tetaplah berbakti dan sayang keluarga. Tante Yeni Kartika Wulan, terimakasih selalu mau mendengarkan dan berbagi canda tawa bersama. Aji's Family : Mama, Papa, Tante Wiwit, Mas Pringgo & Mbak Vika, Mbak Whenna & Mas Didit, terimakasih selalu memberi pencerahan, doa serta wejangan-wejangannya sehingga bisa melalui semua dengan mudah.





PCC Crew "My Second Family"

Bapak Harry & Bunda Yani, terimakasih atas nasihat yang sangat bermanfaat dan takkan terlupa. Kak Ellya, Kak Ria, Arde, Dek Irna, Dek Zeze, Dek Fany, Dek Ocha, Dek Elma, bahagia memiliki kalian, menghabiskan waktu bersama dan sudah seperti keluarga kedua di kampus. Kalian adalah bagian dari kesuksesanku.

Keluarga Kos Nginden Baru III No. IF

Vinci SE, Tya SE, Greffy SE Alhamdulillah, begadang kita tidak sia-sia kawan, kita lulus dengan rasa bangga. Nyaman rasanya bersama kalian, kangen dan rindu itu pasti.

My Best Friends

Sahabat sehidup semati Ayunda SE, Niko SE hey..kita bisa melalui ini dengan amazing lho..kita hebat. Novita membri, terimakasih sudah membantu dalam penyebaran kuisisioner. Sahabat SE, Lopez, Riris, Gaby, Mas Boni, Fitri, Yuyun, Hanum, Wahyu, Mega, dan teman perbankan pemasaran lainnya, terimakasih untuk kebersamaan dan berbagi ilmu yang bermanfaat.

Serta seluruh teman-teman lain yang turut selalu mendoakan dan membantu dalam hal sekecil apapun. Semoga kita selalu diberikan kemudahan dalam menuju kesuksesan. Amin



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan anugerah yang diberikan Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Nasabah *Internet Banking* Bank BNI”**. Skripsi ini di susun guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Konsentrasi Perbankan di STIE Perbanas Surabaya.

Perkenankanlah penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini, yaitu :

1. Bapak Lutfi, SE, M.Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE, MT. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M. selaku dosen wali yang selalu mengarahkan dan membantu selama proses studi.
4. Ibu. Prof. Dr. Dra. Psi. Tatik Suryani, M.M. selaku dosen pembimbing yang sangat berperan besar atas selesainya penulisan skripsi ini karena telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan pengetahuannya kepada penulis.

Akhirnya kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkan dan penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar - besarnya jikalau selama ini ada kesalahan yang penulis lakukan terutama pada saat pembuatan skripsi ini

Surabaya, 09 Januari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK/ RINGKASAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Hubungan Antarvariabel	30
2.4 Kerangka Pemikiran	34
2.5 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	36
3.2 Batasan Penelitian	36
3.3 Identifikasi Variabel	37
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.5 Instrumen Penelitian	41
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	42
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	44
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	44
3.9 Teknik Analisis Data	46
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	49
4.2 Analisis Data	58
4.3 Pembahasan	79

DAFTAR ISI

BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Keterbatasan Penelitian	85
5.3 Saran	85
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Bank Pemenang Top Brand Award Kategori <i>Internet Banking</i>	2
Tabel 1.2 <i>Awareness</i> Terhadap <i>Internet Banking</i>	3
Tabel 1.3 Penetrasi <i>Internet Banking</i>	4
Tabel 1.4 Performa Terbaik <i>Internet Banking</i> 10 Bank	5
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	13
Tabel 3.1 Interval Kelas	31
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	32
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil (Kesadaran Merek)	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Sampel Besar (Kesadaran Merek)	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil (Loyalitas Merek)	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Sampel Besar (Loyalitas Merek)	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil (Asosiasi Merek)	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Sampel Besar (Asosiasi Merek)	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil (Persepsi Kualitas)	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Sampel Besar (Persepsi Kualitas)	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil (Kepuasan Nasabah)	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Sampel Besar (Kepuasan Nasabah)	62
Tabel 4.11 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Dengan Sampel Kecil	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Dengan Sampel Besar	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.14 <i>Composite Reliability</i>	64
Tabel 4.15 Interval Kelas Variabel	66
Tabel 4.16 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek	66
Tabel 4.17 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek	68
Tabel 4.18 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Asosiasi Merek	69
Tabel 4.19 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas	70
Tabel 4.20 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah	71
Tabel 4.21 Koefisien Jalur	74
Tabel 4.22 Korelasi Antar Variabel Laten	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank BNI	53
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan BNI <i>Internet Banking</i>	54
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan BNI <i>Internet Banking</i> dalam Satu Bulan	55
Gambar 4.8 Karakteristik Responden yang Menggunakan <i>Internet Banking</i> Selain BNI <i>Internet Banking</i>	56
Gambar 4.9 Hasil Estimasi Model <i>Recursive</i> Dengan Indikator Formatif	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Identitas Responden Sampel Kecil
- Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Sampel Kecil
- Lampiran 4 Identitas Responden Sampel Besar
- Lampiran 5 Jawaban Kuesioner Sampel Besar
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas dan Validitas Sampel Kecil
- Lampiran 7 Uji Reliabilitas dan Validitas Sampel Besar
- Lampiran 8 Analisis Deskriptif
- Lampiran 9 Analisis Data Menggunakan *smartPLS*
- Lampiran 10 Jadwal Penulisan Skripsi

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY DIMENSIONS ON BNI INTERNET BANKING CUSTOMER SATISFACTION

This study seeks to examine empirical the effects of brand equity dimensions (brand awareness, brand loyalty, brand associantions, perceived quality) on BNI internet banking customer satisfaction. Research is designed by survey and used questionnaires. Research involved 100 respondents of BNI customers in Surabaya that using internet banking BNI service. The method analysis used smartPLS program version 3.0. Researches use the customer satisfaction as an independent variable affecting brand equity dimensions (brand awareness, brand loyalty, brand associantions, perceived quality). Based on this analysis research found that brand equity dimensions have a significant effect on customer satisfaction. Therefore, BNI should design branding strategy to improved quality and customer had a higher level of satisfaction

Keywords : Brand Equity, Brand Awareness, Brand Loyalty, Customer Satisfaction, BNI Internet Banking