

**PENGARUH CITRA MEREK DAN NILAI YANG DIRASA
TERHADAP *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN
MEDIASI KEPUASAN NASABAH TABUNGAN
BCA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian Program
Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen



Oleh :

MOCH. EKO DENARIANSYAH

NIM : 2009210260

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2015

**PENGARUH CITRA MEREK DAN NILAI YANG DIRASA
TERHADAP *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN
MEDIASI KEPUASAN NASABAH TABUNGAN
BCA DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

MOCH. EKO DENARIANSYAH

NIM : 2009210260

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 31 Juli 2015



(Dra. Ec. Aniek Maschudah Itfiriah, M.Si.)

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN NILAI YANG DIRASA
TERHADAP *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN
MEDIASI KEPUASAN NASABAH TABUNGAN
BCA DI SURABAYA**

Disusun Oleh

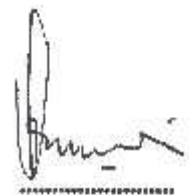
MOCH. EKO DENARIANSYAH

2009210260

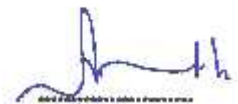
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 20 Agustus 2015

Tim Penguji

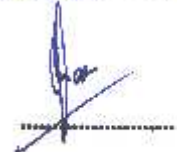
Ketua : Dra. Lindiawati, M.M



Sekretaris : Dra.Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si.




Anggota : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.




PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Moch. Eko Denariansyah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 25 Juni 1992
NIM : 2009210260
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Citra Merek dan Nilai Yang
Dirasa terhadap *Word of Mouth* (WOM)
dengan mediasi Kepuasan Nasabah
Tabungan BCA di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,
Tanggal : 21-10-2015

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

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 16-10-2015

(Dra. Ec. Aniek Maschudah Iffitriah, M.Si.)

MOTTO

“Bermimpi Hanya Akan Menunda Suksesmu, Bangun dan Wujudkan Suksesmu Dengan Bekerja Keras dan Berdoa”

PERSEMBAHAN

TERIMA KASIH KEPADA :

- # Allah SWT, karena berkat rahmat serta hidayahnya skripsi ini dapat terselesaikan. Alhamdulillah Ya Robb.
- # Kedua orang tuaku, terima kasih atas dukungan, doa, perhatian, dan kasih sayang yang begitu besar.
- # Ibu Aniek Maschudah Ilfitriah selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada saya. Serta Ibu Lindiawati dan Bapak Soni Harsono selaku dosen penguji, terima kasih sudah memberikan banyak masukan untuk perbaikan skripsi saya.
- # Bapak Harry Widyantoro selaku dosen wali, terima kasih telah memberikan pengarahan dan nasehat selama proses perkuliahan.
- # Adek-adekku (Dek Risma dan Dek Cindy) makasih dukungan dan doanya.
- # Teman seperjuangan skripsi, khususnya Loyn Nebokatnezhar, Rut Wury Handayani, Yunan Amrullah, dan Greda Faradila Sulistiya Utami makasih teman-teman sudah banyak bantu saya. Sukses semua
- # My Dear Agnes Viana Putri makasih dukungan dan doanya. You are so Gorgeous ♥♥

- # Teman-teman baikku semuanya. ‘Wapo’ Raden Wahyu, ‘Nciz’ Bey Iedham, Moch Handika, dan semua teman-teman angkatan 2009, 2010, dan 2011. Terima Kasih dukungannya.
- # Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta civitas akademik STIE Perbanas Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama proses perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Nilai Yang Dirasa terhadap *Word of Mouth* (WOM) dengan mediasi Kepuasan Nasabah Tabungan BCA di Surabaya”**.

Penulisan skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen, dengan Konsentrasi Perbankan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, nasihat, dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak, khususnya dosen pembimbing. Segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik.

Tidak lupa pada penulisan skripsi ini, penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini :

1. Bapak Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dra.Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa sabar memberikan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

4. Bapak Drs.Ec. Harry Widyantoro, M.Si. selaku Dosen Wali yang telah memberikan banyak dukungan, saran, doa, dan bimbingan yang sangat berarti dalam penyelesaian perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan yang telah memberikan bantuan.
6. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak yang berguna untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya bagi kita semua.

Surabaya, Juli 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Jieun Yu, Hangjung Zo, Mun Kee Choi dan Andrew P. Ciganek, (2013).....	9
2.1.2 Ali Turkyilmaz, Asil Oztekin, Selim Zail dan Omer Fahrettin Demirel, (2013).....	11
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Citra Merek.....	16
2.2.2 Nilai yang Dirasa.....	17
2.2.3 Kepuasan Nasabah.....	18
2.2.4 <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	19
2.2.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah.....	21
2.2.6 Pengaruh Nilai yang Dirasa Terhadap Kepuasan Nasabah.....	22
2.2.7 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	22
2.3 Kerangka Pemikiran Skripsi.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Batasan Penelitian.....	25
3.3 Identifikasi Variabel.....	26
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4.2 Pengukuran Variabel.....	29

3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.6	Instrumen Penelitian	30
3.7	Data dan Metode Pengumpulan Data	32
	3.7.1 Jenis dan Sumber Data.....	32
	3.7.2 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	33
	3.8.1 Uji Validitas.....	33
	3.8.2 Uji Reliabilitas	33
3.9	Teknik Analisis Data	34
	3.9.1 Analisis Deskriptif	34
	3.9.2 Analisis Statistik	35
BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	39
4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	39
	4.1.1 Data Karakteristik Responden	39
4.2	Analisis Deskriptif.....	41
	4.2.1 Deskriptif Variabel Penelitian	41
4.3	Analisis Statistik	46
	4.3.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	46
	4.3.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	50
4.4	Pembahasan	53
	4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah.....	53
	4.4.2 Pengaruh Nilai yang dirasa Terhadap Kepuasan Nasabah.....	54
	4.4.3 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap <i>Word of Mouth</i>	56
BAB V	PENUTUP	58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Keterbatasan Penelitian	59
5.3	Saran	59

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : <i>Best Bank Service Excellence</i>	3
Tabel 1.2: <i>Top Banking Brands</i>	4
Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	14
Tabel 3.1 : Kisi - kisi Kuesioner.....	31
Tabel 3.2 : <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran.....	37
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.2 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	42
Tabel 4.3 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Nilai yang Dirasa.....	43
Tabel 4.4 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah.....	44
Tabel 4.5 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	45
Tabel 4.6 : <i>Results for Outer Loadings</i>	47
Tabel 4.7 : <i>Discriminant Validity</i>	48
Tabel 4.8 : <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Dan <i>Square Root AVE</i>	49
Tabel 4.9 : <i>Composite Reliability</i>	49
Tabel 4.10 : Nilai <i>R-Square</i> Persamaan Variabel.....	51
Tabel 4.11 : Uji Hipotesis.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Penelitian Terdahulu.....	11
Gambar 2.2 : Kerangka Penelitian Terdahulu.....	13
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.1 : Kerangka Model Konstruk.....	37
Gambar 4.1 : Kerangka Model Penelitian PLS.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Hasil Analisis Deskriptif SPSS
- Lampiran 4 : Hasil Analisis Statistik PLS

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PERCEIVED VALUE
ON WORD OF MOUTH (WOM) WITH MEDIATION
CUSTOMER SATISFACTION
BCA IN SURABAYA**

Moch. Eko Denariansyah

STIE Perbanas Surabaya

Email: 2009210260@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This study aimed to test the significance of the influence of brand image and perceived value on customer satisfaction, both directly and indirectly as well as testing the significance of the influence of customer satisfaction on word of mouth BCA customers in Surabaya. This study is causal by using a quantitative approach. The population in this study is the BCA customers in Surabaya. Samples were taken by using judgment sampling technique and obtained a total sample of 100 respondents. Data was collected by distributing questionnaires, then the data were analyzed by using Partial Least Square (PLS). The results in this study show that: (1) Brand Image has a significant positive influence on Customer Satisfaction BCA in Surabaya; (2) Perceived Value has a significant positive influence on Customer Satisfaction BCA in Surabaya; (3) Customer Satisfaction has a significant positive influence on WOM of BCA customer in Surabaya; (4) Brand Image and Perceived Value has a significant positive influence on WOM with mediated by the Customer Satisfaction BCA in Surabaya.

Keywords: *Brand Image, Perceived Value, Customer Satisfaction, Word of Mouth.*