



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK
RAKYAT INDONESIA, TBK. KANTOR UNIT SEMPUSARI**

*Diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar S1 Ekonomi pada
Program Studi Manajemen Minat Studi Manajemen Bisnis*

Disusun oleh:

Nama : Siti Iza Avcarina
Nim : 15.9614
Jurusan : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA
JEMBER**

2019

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK
RAKYAT INDONESIA, TBK. KANTOR UNIT SEMPUSARI**

Nama : Siti Iza Avcarina
NIM : 15.9614
Program Studi : Manajemen
Minat Studi : Manajemen Bisnis
Mata Kuliah Dasar : Manajemen Pemasaran

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing Utama



Dr. Muhammad Firdaus, SP, MM, MP

NIDN. 0008077101

Dosen Pembimbing Asisten



Dra. Yani Dahliani, MM

NIDN. 0705106503

Menyetujui,

Ka.Prodi Manajemen



Hary Sulaksono, SE, MM

NIDN. 0705046001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK
RAKYAT INDONESIA, TBK. KANTOR UNIT SEMPUSARI**

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi pada:

Hari / Tanggal : Sabtu /24 Agustus 2019

Jam : 12.00 WIB - selesai

Tempat : Ruang 12

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi:

Hary Sulaksono, SE, MM

Ketua Penguji

Tamriatin Hidayah, SE, MP

Sekretaris Penguji

Dr. Muhammad Firdaus, SP, MM, MP

Anggota Penguji

Mengetahui,

Ketua

Ketua Program Studi

STIE MANDALA Jember


HARY SULAKSONO, SE, MM
NIDN : 0705046001


Dra. AGUSTIN HP, MM
NIDN : 0717086211



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Iza Avcarina
NIM : 15.9614
Program Studi : Manajemen
Minat Studi : Manajemen Bisnis
Mata Kuliah Dasar : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Unit Sempusari”** merupakan hasil karya ilmiah yang saya buat sendiri. Apabila terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya siap menanggung resiko dibatalkannya skripsi yang telah saya buat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sejujurnya.

Jember, 24 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Siti Iza Avcarina

MOTTO

*Jadikanlah masa lalu sebagai pembelajaran
untuk kehidupan pada masa sekarang
serta pandangan untuk memperoleh masa depan
yang lebih baik dan bermartabat*

*Make the past a lesson
for life in the present
and a view to obtaining the future
better and dignified*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Kantor Unit Sempusari.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Minat Studi Manajemen Program Manajemen Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.

Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari sempurna dan semu itu tak lepas dari kodrat manusia yang selalu mempunyai kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Terdapat banyak pihak yang memberi bantuan moril dan materil baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada :

1. Ibu Dra. Agustin HP, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.
2. Bapak Hary Sulaksono, SE, MM selaku Ketua Prodi Manajemen di STIE Mandala Jember.
3. Bapak Dr. Muhammad Firdaus, SP, MM, MP. Dosen Pembimbing Utama yang telah memberi pengarahan dan bimbingannya.
4. Ibu Dra. Yani Dahliani, MM. Dosen Pembimbing Asisten yang telah memberi pengarahan dan bimbingannya.
5. Segenap dosen dan akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.
6. Ayah dan Ibu tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa baik secara spiritual dan materil.
7. Seluruh Keluarga yang selalu memberikan dukungan berserta doa.

8. Untuk Mas Ardik Suamiku yang selalu memberikan pengaruh positif dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi setiap waktu.
9. Teman teman dan sabahat – sabahat ku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala, Vhyna, Ita, Sari, Nilam, Hanina, Rizal, Arum, Ozzy, Dio, Doni, Neni, Arifin, Ayu, Dies, Ajeng, Nonik, Ana, Riski, dan semua yang membantu dan memberi dukungan semoga kita sukses dimasa depan.
10. Teman dan sahabat sahabatku, Ryan, Eka, Wida, Enggar, Nila, Nia yang selalu memberi dukungan.
11. Rekan rekan kerja, Denik, Sylfia, Reti, Dewi, Maya, Kholis yang selalu memberi dukungan dan bantuan.

Akhirnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu semoga Alla SWT melimpahkan Rahmat, Ridho dan hidayahNYA atas segala amal baiknya. Terlebih bagi umatnya yang sedang menuntut ilmu bermanfaat.

Demikian yang penulis dapat sampaikan, semoga bermanfaat dan menambah pengetahuan para pembaca. Penulis juga mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Sekian dari penulis, semoga bisa bermanfaat bagi semuanya, khususnya bagi penulis.

Jember, 24 Agustus 2019
Salam Hormat,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1.	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
2.2.	Kajian Teori.....	18
2.2.1.	Pengertian Pemasaran.....	18
2.2.2.	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.3.	Konsep Pemasaran.....	23
2.2.4.	Bauran Pemasaran.....	24
2.2.5.	Perilaku Konsumen Jasa.....	26
2.2.6.	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	29
2.2.7.	Kualitas Pelayanan.....	31
2.2.8.	Karakteristik Pelayanan / Jasa.....	32
2.2.9.	Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	35
2.2.10.	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	36
2.2.11.	Citra Perusahaan.....	41
2.2.12.	Kepercayaan.....	42
2.2.13.	Kepuasan Nasabah.....	43
2.2.14.	Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan Nasabah.....	45
2.2.15.	Manfaat Kepuasan Nasabah.....	47
2.3.	Kerangka Konseptual.....	48
2.4.	Hipotesis.....	49

2.4.2	Hubungan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah	50
2.4.4	Hubungan Kualitas Pelayanan ,Citra Perusahaan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah.....	51

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Gambaran Singkat Objek Penelitian	53
3.1.1.	Gambaran Objek Penelitian Dan Struktur Organisasi	53
3.1.2.	Visi Dan Misi.....	55
3.1.3.	Logo Bank Rakyat Indonesia	56
3.1.4.	Bank BRI Unit Sempusari	57
3.1.5.	Struktur Organisasi	57
3.1.6.	Tugas dan Tanggung Jawab	59
3.1.7.	Aspek Kegiatan Perusahaan	61
3.2.	Populasi dan Sampel.....	64
3.3.	Jenis Penelitian	66
3.4.	Identifikasi Variabel	66
3.5.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	67
3.6.	Metode Pengumpulan Data	69
3.7.	Metode Analisis Data	69
3.7.1.	Uji Validitas.....	69
3.7.2.	Uji Reliabilitas.....	70

3.7.3.	Uji Asumsi Klasik	72
3.7.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
3.8.	Uji Hipotesis.....	75
3.8.1.	Uji Parsial (Uji T).....	75
3.8.2.	Uji Simultan (Uji F).....	76
3.8.3.	Koefisien Determinasi R^2	76

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian.....	77
4.1.1.	Deskriptif Karakteristik Responden	77
4.1.2.	Deskripsi Variabel Penelitian	80
4.2.	Analisis Hasil Penelitian.....	85
4.2.1.	Uji Instrumen.....	85
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik	87
4.2.3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
4.2.4.	Uji Hipotesis	94
4.3.	Pembahasan/ Interpretasi.....	97
4.3.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Secara Parsial.....	97
4.3.2.	Pengaruh Citra Perusahaan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Secara Parsial.....	98

4.3.3. Pengaruh Kepercayaan (X3) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Secara Parsial	99
4.3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2), dan Kepercayaan (X3) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Secara Simultan....	100

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	102
5.2. Implikasi	102
5.3. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1	Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.	7
2	Tabel 2.2 <i>Original Ten Dimensions for Evaluating Service Quality</i>	37
3	Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	77
4	Tabel 4.2 Usia Responden	78
5	Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	78
6	Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	79
7	Tabel 4.5 Pendapatan Responden	80
8	Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Layanan	81
9	Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Citra Perusahaan	82
10	Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kepercayaan	83
11	Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Nasabah	84
12	Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	85
13	Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	87
14	Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	89
15	Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas	92
16	Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	93
17	Tabel 4.15 Hasil Uji T	94
18	Tabel 4.16 Hasil Uji F	95
19	Tabel 4.17 Hasil Uji R ²	96

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1	Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Jasa	28
2	Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan	29
3	Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	48
4	Gambar 3.1 Logo Bank BRI	56
4	Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Jember	58
5	Gambar 3.3 Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Unit Sempusari	58
6	Gambar 4.1 Uji Normalitas <i>normal probability plot</i>	88
7	Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	91

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 3 : Jawaban Responden
- LAMPIRAN 4 : Uji Instrumen, Uji Validitas, Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 5 : Analisis Regresi Linier Berganda
- LAMPIRAN 6 : Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Linieritas
- LAMPIRAN 7 : Uji Hipotesis, Uji T, Uji F, Koefisien Determinasi
- LAMPIRAN 8 : Rtabel

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada nasabah PT BANK RAKYAT INDONESIA, TBK. KANTOR UNIT SEMPUSARI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa wawancara dan kuesioner terhadap 100 responden dengan teknik purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji linieritas), dan uji hipotesis (uji F, uji T, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan semuanya berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dari uji t diperoleh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan, semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This research was conducted on customers of PT BANK RAKYAT INDONESIA, TBK. KANTOR UNIT SEMPUSARI. This study aims to determine the effect of service quality, company image and trust in customer satisfaction. In this study data was collected by means of interviews, questionnaires and questionnaires on 100 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine the perceptions of respondents to each variable. The analysis used includes test data instruments (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, linearity test), and hypothesis testing (F test, T test, coefficient of determination) From the results of the analysis using regression, it can be seen that the variable quality of service, company image and trust all have a positive effect on customer satisfaction. From the t test obtained service quality, company image and trust, all have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Company Image and Trust, Customer Satisfaction