



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN NASABAH  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
DENGANKEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
BANK BNI TAYU KABUPATEN PATI**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1)  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

**RIYO ADMAN LUTVI FARIZHA**

**NIM2016-11-351**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2022**

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN NASABAH  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
DENGANKEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
BANK BNI TAYU KABUPATEN PATI**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus ..... 2022

Pembimbing I



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Dian Wismar'ain, SE. MM.

NIDN. 0612127702

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, SE. MM.

NIDN. 0628048702

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* KEPERCAYAAN NASABAH  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
DENGANKEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
BANK BNI TAYU KABUPATEN PATI**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus ..... 2022

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



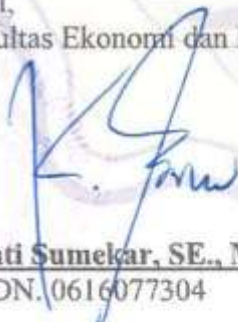
Nurul Rizka Arumsari, SE., MM.  
NIDN. 0628048702

Pembimbing I



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.  
NIDN. 0618066201

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Kertati Sumekar, SE., MM  
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



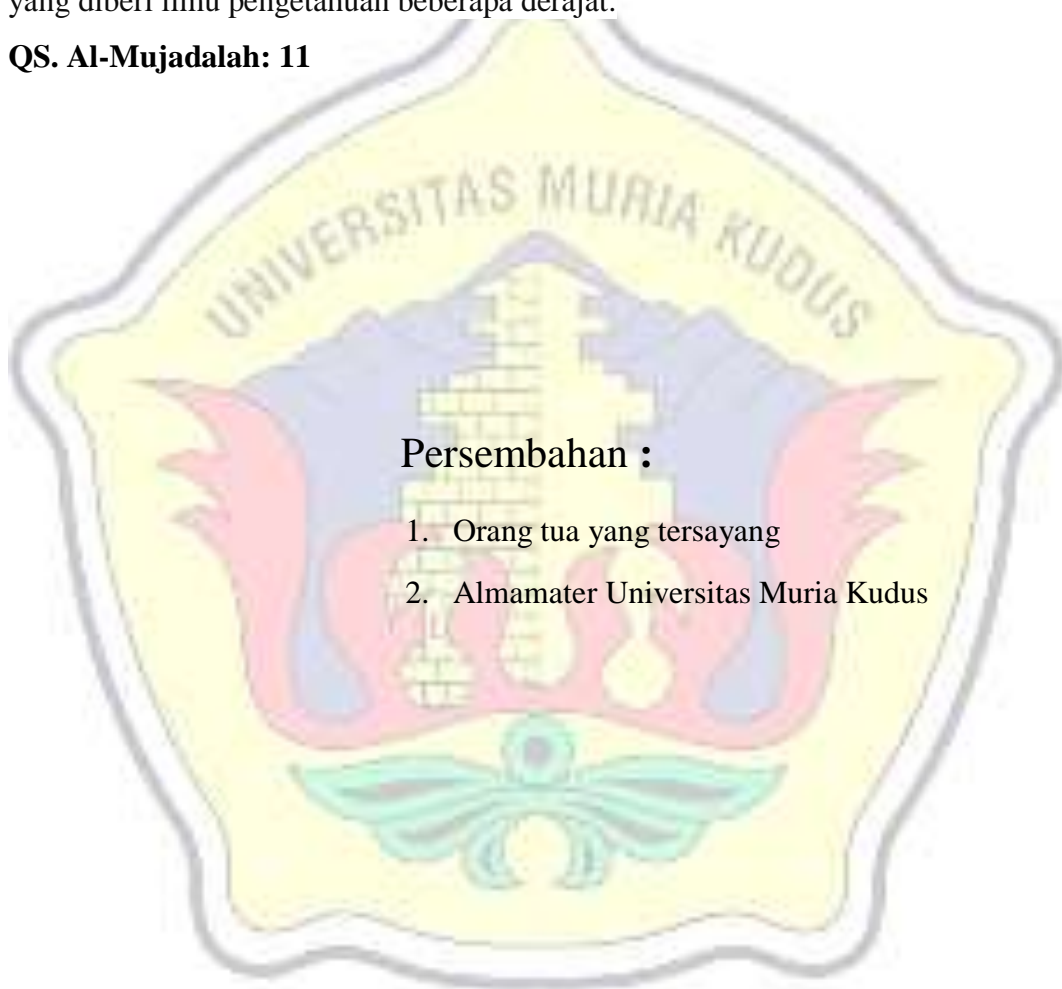
Dian Wismar'ain, SE. MM.  
NIDN. 0612127702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.

**QS. Al-Mujadalah: 11**



Persembahan :

1. Orang tua yang tersayang
2. Almamater Universitas Muria Kudus



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Dian Wismar'ain, SE. MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



## ABSTRAKSI

### ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN NASABAH DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGANKEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BANK BNI TAYU KABUPATEN PATI

RIYO ADMAN LUTVI FARIZHA

NIM2016-11-351

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM  
2. Dian Wismar'ain, SE. MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Analisis Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengankepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI Tayu Kabupaten Pati. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel penelitian dalam penelitian sebesar 130 responden dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan (SEM) Structural Equatuion Modeling yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian *Brand Image*, Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan kepuasan Sebagai Variabel Intervening

Kata kunci: *Brand Image*, Kepercayaan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah, kepuasan

**ABSTRACT**

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF BRAND IMAGE, CUSTOMER TRUST  
AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY WITH  
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE AT BNI TAYU BANK,  
PATI REGENCY***

**RIYO ADMAN LUTVI FARIZHA  
NIM2016-11-351**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM  
2. Dian Wismar'ain, SE. MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM  
OF MANAGEMENT**

*This study aims to analyze the analysis of the effect of brand image, customer trust and service quality on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable at BNI Tayu Bank, Pati Regency. In this study data collection using a questionnaire method. While the research sample in this study amounted to 130 respondents with purposive sampling technique. Analysis of the data used (SEM) Structural Equatuion Modeling which is operated through the AMOS program. The results of Brand Image, Customer Trust and Service Quality have a positive and significant effect on Customer Loyalty with satisfaction as an Intervening Variable*

*Keywords: Brand Image, Customer Trust, Service Quality, Customer Loyalty, Satisfaction*



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	5
1.3. Rumusan Masalah .....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Manjaemen Pemasaran .....	9
2.2. Brand Image .....	10
2.3. Kepercayaan Nasabah .....	12
2.4. Kualitas Pelayanan .....	14
2.5. Kepuasan .....	17
2.6. Loyalitas .....	18
2.7. Penelitian Terdahulu.....	21
2.8. Pengaruh Antar Variabel.....	24
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	28
2.10. Hipotesis .....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31

3.1. Rancangan Penelitian .....	31
3.2. Variabel Penelitian .....	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.4. Populasi dan Sampel.....	36
3.5. Pengumpulan Data.....	38
3.6. Uji Instrumen.....	39
3.7. Pengoahan Data .....	40
3.8. Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.2. Penyajian Data .....	56
4.3. Uji Instrumen.....	62
4.4. Analisis Data .....	63
4.5. Pembahasan.....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Nasabah Bank BNI Tayu Pati .....	3
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	51
Tabel 4.1. Distribusi Jenis Kelamin Responden .....	56
Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Pengguna .....	56
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel Brand Image.....	57
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan .....	58
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas pelayanan.....	59
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan .....	59
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas .....	60
Tabel 4.8. Uji Instrumen .....	61
Tabel 4.9. Uji Normalitas Data .....	62
Tabel 4.10. Uji Outlier .....	64
Tabel 4.11. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen.....	66
Tabel 4.12. <i>Loading Factors</i> ( $\lambda$ ) Pengukuran Variabel Eksogen .....	67
Tabel 4.13. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y).....	68
Tabel 4.14. <i>Loading Factors</i> ( $\lambda$ ) Pengukuran Variabel Endogen (Y) .....	69
Tabel 4.15. Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Full Measurement</i> .....	71
Tabel 4.16. Regression Weights .....	72
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi ( <i>Squared Multiple Correlation</i> ).....	73
Tabel 4.18. Hasil <i>Regression Weight</i> .....	74
Tabel 4.19. Besar <i>Total Effect</i> .....	77

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
Gambar 4.1. Eksogen.....	65
Gambar 4.2. Endogen.....	68
Gambar 4.3. Analisis SEM.....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Frekuensi Data
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Analisis Data

