



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER
RELATIONSHIP MARKETING DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BPR BKK PATI**

Oleh:

DWI RETNO FITRIANI

NIM. 2017-11-282

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



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER
RELATIONSHIP MARKETING DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BPR BKK PATI**

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

Oleh:

**DWI RETNO FITRIANI
2017-11-282**

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

TAHUN 2022

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER
RELATIONSHIP MARKETING DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BPR BKK PATI**

Nama : Dwi Retno Fitriani
NIM : 201711282
Program Studi : Manajemen


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

Kudus, 19 Agustus 2022

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN. 0628048702


(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)
NIDN. 0626017003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II


(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Allah tidak akan membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya. (Q.S. Al-Baqoroh:286)

Persembahan:

Skripsi ini dipersembahkan untuk

1. Segenap Ibu dan Bapak Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas didikan dan bimbingannya.
2. Kedua orang tua saya Bapak Wono Lukito dan Ibu Sрни yang senantiasa dengan penuh kesabaran memberikan kasih sayang, dukungan, bantuan material maupun non material agar penulis dapat menyelesaikan studi.
3. Teman – teman Program Studi Manajemen angkatan 2017 yang telah memberikan saran dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan dan menganugerahkan kasih sayang, kesehatan serta berkah, ridho dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, *Customer Relationship Marketing*, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada BPR BKK Pati”**. Skripsi ini tersusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam dan tak terkira kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, S.E., M.M., Ph.D selaku dosen pembimbing I saya yang telah meluangkan waktu serta penuh kesabaran memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
5. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II saya yang telah meluangkan waktu serta penuh kesabaran memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.

6. Keluarga yang telah memberikan doa dan semangat kepada penulis.
7. Pimpinan dan karyawan BPR BKK Pati yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan telah banyak membantu dalam rangka penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh responden yaitu nasabah BPR BKK Pati.
9. Sahabat dan dan teman – teman yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, karena hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan dan kelemahan penulis. Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Kudus,
Penulis

Dwi Retno Fitriani
201711282

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER
RELATIONSHIP MARKETING DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BPR BKK PATI**

Dwi Retno Fitriani
2017-11-282

Pembimbing 1: Sutono, S.E., M.M., Ph.D
Pembimbing 2: Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, *customer relationship marketing*, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada BPR BKK Pati. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BPR BKK Pati sebanyak 150 responden nasabah dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan tehnik *purposive sampling*. Data hasil penyebaran kuisioner yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan tehnik analisis data SEM melalui program AMOS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, *customer relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, citra perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, *customer relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: kualitas layanan, *customer relationship marketing*, citra perusahaan, loyalitas nasabah, kepuasan nasabah.

***ANALYSIS OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER RELATIONSHIP
MARKETING AND CORPORATE IMAGE TO CUSTOMER LOYALTY
WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A INTERVENING VARIABLES AT
BPR BKK PATI***

Dwi Retno Fitriani
2017-11-282

Pembimbing 1: Sutono, S.E., M.M., Ph.D
Pembimbing 2: Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.

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

ABSTRACT

This study purpose to analyze the effect of service quality, customer relationship marketing, and corporate image on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at BPR BKK Pati. This research uses descriptive quantitative method. The population in this study were BPR BKK Pati customers as many 150 customer respondents were sampled in this study using purposive sampling technique. Data from the distribution of the questionnaires that have been collected were analyzed using SEM data analysis techniques through the AMOS program.

The results of the analysis show that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, customer relationship marketing has a positive and significant effect on customer loyalty, corporate image has a positive and insignificant effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant on customer satisfaction, customer relationship marketing has a positive and significant on customer satisfaction, company image has a positif and significant on customer satisfaction, and customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: service quality, customer relationship marketing, and corporate image customer loyalty customer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Kualitas Layanan	15
2.1.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	15
2.1.2 Ketrampilan dasar dan pelayanan	15
2.1.3 Indikator Kualitas Layanan	17
2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan.....	19
2.2 Customer Relationship Marketing.....	21
2.2.1 Pengertian Customer Relationship Marketing	21
2.2.2 Tujuan Customer Relationship Marketing	22
2.2.3 Indikator Customer Relationship Marketing.....	22
2.3 Citra Perusahaan.....	24
2.3.1 Pengertian Citra Perusahaan	24
2.3.2 Faktor Pembentukan Citra.....	25
2.3.3 Indikator Citra Perusahaan	26
2.3.4 Jenis Citra Perusahaan.....	28
2.4 Kepuasan Nasabah.....	28
2.4.1 Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan	29
2.4.2 Indikator Kepuasan Nasabah.....	30
2.4.3 Metode pengukuran kepuasan.....	32
2.5 Loyalitas Nasabah	34
2.5.1 Pengertian loyalitas	34

2.5.2	Karakteristik Loyalitas	35
2.5.3	Indikator loyalitas.....	35
2.6	Hubungan Antar Variabel.....	36
2.6.1	Hubungan Antara Kualitas Layanan dengan Loyalitas Nasabah	36
2.6.2	Hubungan Antara <i>Customer Relationship Marketing</i> dengan Loyalitas Nasabah	37
2.6.3	Hubungan Antara Citra Perusahaan dengan Loyalitas Nasabah.....	38
2.6.4	Hubungan Antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Nasabah	39
2.6.5	Hubungan Antara <i>Customer Relationship Marketing</i> dengan Kepuasan Nasabah	40
2.6.6	Hubungan Antara Kepuasan Nasabah dengan Loyalitas Nasabah.....	42
2.7	Penelitian Terdahulu.....	43
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	54
2.9	Hipotesis	55
BAB III METODE PENELITIAN.....		56
3.1	Metode Penelitian.....	56
3.1.1	Rancangan Penelitian	56
3.2	Variabel Penelitian	58
3.2.1	Jenis Variabel.....	58
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	59
3.3	Jenis dan Sumber Data	62
3.3.1	Data Primer	62
3.3.2	Data Sekunder	62
3.4	Populasi dan Sampel.....	63
3.4.1	Populasi	63
3.4.2	Sampel.....	63
3.5	Pengumpulan Data.....	64
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.6.1	Uji Validitas	65
3.6.2	Uji Reliabilitas	67
3.7	Pengolahan Data.....	68
3.7.1	Scoring	68
3.7.2	Tabulasi.....	69

3.8	Analisis Data	70
3.8.1	Metode yang digunakan	70
3.8.2	Langkah-langkah Dalam Analisis	70
BAB IV	80
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	80
4.2	Penyajian Data.....	81
4.2.1	Karakteristik Responden	81
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	84
4.3	Analisis Data	89
4.3.1	Analisis Konfirmatori.....	90
4.3.2	Uji Normalitas	101
4.3.3	Uji Outliers.....	103
4.3.4	Uji Multikolinieritas	103
4.3.5	Analisis Structural Equation Modelling (SEM)	104
4.3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	105
4.3.7	Uji Discriminant Validity.....	109
4.3.8	Uji Hipotesis.....	109
4.3.6	Pengaruh Langsung (<i>Direct</i>) dan Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect</i>).....	112
4.4	Uji Mediasi	114
4.5	Pembahasan	117
4.5.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	117
4.5.2	Pengaruh <i>Customer Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	118
4.5.3	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	120
4.5.4	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	121
4.5.5	Pengaruh <i>Customer Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Nasabah	122
4.5.6	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	124
4.5.7	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah	125
4.5.8	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah	126
4.5.9	Pengaruh <i>Customer Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah.....	127

4.5.10 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah	128
BAB V.....	131
5.1 Kesimpulan.....	131
5.2 Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Suku Bunga Kredit	7
Tabel 1.2	Data Perkembangan Dana Tabungan Dan Jumlah Nasabah	8
Tabel 3.1	Scoring.....	69
Tabel 3.2	Goodness of fit Indice	79
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	81
Tabel 4.2	Usia Responden.....	82
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden.....	83
Tabel 4.4	Pengalaman Transaksi Responden	83
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X ₁)	84
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Relationship Marketing</i> (X ₂).....	85
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Citra Perusahaan (X ₃)	86
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah (Y ₁)	87
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Nasabah (Y ₂).....	88
Tabel 4.10	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen.....	91
Tabel 4.11	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	92
Tabel 4.12	<i>Standardized Regression Weights : (Group number 1 – Default model)</i>	93
Tabel 4.13	Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen	94
Tabel 4.14	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	95
Tabel 4.15	<i>Standardized Regression Weights : (Group number 1 – Default model)</i>	96
Tabel 4.16	Uji Model Goodness Of Fit Full Measurement.....	98
Tabel 4.17	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Full Measurement.....	99
Tabel 4.18	<i>Standardized Regression Weights : (Group number 1 – Default model)</i>	100
Tabel 4.19	Assessment of normality (Group number 1)	102
Tabel 4.20	Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance).....	103
Tabel 4.21	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Model Full SEM	105
Tabel 4.22	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	108
Tabel. 4.23	Uji <i>Discriminant Validity</i>	109

Tabel 4.24	<i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	110
Tabel 4.25	Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i> Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)	112
Tabel 4.26	Structural Equation Modelling Hasil estimasi <i>Indirect Effect</i> dan Total <i>Effect</i>	114
Tabel 4.27	Koefisien Determinasi (Squared Multiple Correlation)	116



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Alur Pelayanan Pada BPR BKK Pati	6
Gambar 2.1	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Relationship Marketing, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada BPR BKK Pati.....	54
Gambar 4.1	Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	90
Gambar 4.2	Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	94
Gambar 4.3	Analisis Konfirmatori Full Measurement.....	97
Gambar 4.5	Pengujian Full Model SEM	104

