



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *RELATIONSHIP*  
*MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN  
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA  
BANK BKK CABANG DAWE**

Oleh :

**FIKA DURROTUN NISA**

**2019-11-674**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2023**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *RELATIONSHIP*  
*MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN  
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA  
BANK BKK CABANG DAWE**

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

Oleh :

**FIKA DURROTUN NISA**

**2019-11-674**

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

**TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *RELATIONSHIP*  
MARKETING TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN  
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA  
BANK BKK CABANG DAWE**

Nama : Fika Durrotun Nisa

NIM : 201911674

Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi


Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Kudus, 2023

Mengetahui,  
Ketua Program Studi


Pembimbing I


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

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

Mengetahui,

Pembimbing II

  
  
(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)  
NIDN. 06160777304

  
(Rhealin Hening Keratri, S.E., M.M)  
NIDN. 0615079303

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

“Direndahkan di mata manusia, ditinggikan dimata Tuhan, *Prove Them Wrong*”

*“gonna fight and don't stop, until you're proud”*

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu

yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Candra)

“Terbentur, Terbentur, Terbentur, Terbentuk”

(Tan Malaka)

### Persembahan :

1. Kedua orang tua saya atas dukungan dan doa yang ditujukan kepada saya.
2. Dosen pembimbingku yang dengan sabar membimbing hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabat dan rekan seperjuangan yang tidak pernah lepas memberikan dukungan dan motivasinya saat mengerjakan skripsi.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur dengan rahmat karuni-Nya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYAN DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BANK BKK CABANG DAWE”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam rangka menyelesaikan ujian akhir guna meraih gelar Sarjana Manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Sepanjang pengerjaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan yang datang bertubi-tubi. Meskipun begitu, berkat dukungan yang tiada henti, semangat penuh dorongan, dan bimbingan yang berharga dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini berhasil diselesaikan dengan baik. Maka penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing 1, yang senantiasa meluangkan waktu, motivasi, mengarahkan serta membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Rhealin Hening Keratri, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing 2, yang

senantiasa meluangkan waktu, motivasi, mengarahkan serta membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah mengajarkan ilmu pengetahuan tanpa rasa lelah.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta. Bapak Pardi dan Ibu Rumisih yang telah membesarkan saya hingga saat ini. Terima kasih selalu mendoakan yang terbaik dan memberi dukungan moral maupun material.
8. Seluruh keluarga tercinta kakek nenek dan adek Rifki Fahmi Raharjo, serta keponakan Chaisya. Yang telah banyak memberikan dukungan, penyemangat dan doa serta hiburan hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman saya waktu kuliah yang maaf tidak bisa saya sebut satu persatu. Terima kasih telah membuat kehidupan perkuliahan terasa begitu cepat dan penuh kebahagiaan. Seluruh dukungan dan dorongan yang telah diberikan akan selalu penulis kenang.
10. Terima kasih kepada GUYON WATON, DENNY CAKNAN, NDX, HAPPY ASMARA, YENI INKA, MAHALINI yang sudah menjadi playlist dalam menemani saat penyusunan skripsi.
11. Kepada Tio Hernanda Suratin S.Pd, terima kasih telah menjadi penyemangat serta pendengar yang siap mendengarkan segala keluh kesah tanpa menghakimi, serta selalu memberikan saran atau masukan dan motivasi yang membangun untuk semua permasalahan yang saya hadapi.
12. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih kepada diri saya sendiri Fika

Durrotun Nisa yang sudah kuat melewati segala lika-liku yang terjadi. Saya bangga pada diri saya sendiri, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Penulis sadar akan ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan. Namun, diharapkan bahwa meskipun terdapat ketidaksempurnaan, skripsi ini tetap dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pembaca dan menjadi landasan yang berguna untuk penelitian-penelitian yang akan datang.

Kudus, 2023

Penulis,

**Fika Durrotun Nisa**

201911674

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *RELATIONSHIP*  
*MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN  
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA  
BANK BKK CABANG DAWE**

FIKA DURROTUN NISA

201911674

Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari, SE., MM

2 : Rhealin Hening Keratri, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Tujuan utama dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan *relationship marketing* terhadap loyalitas nasabah di Bank BKK Cabang Dawe dengan mempertimbangkan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*. Metode yang digunakan adalah melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada 100 nasabah Bank BKK Cabang Dawe. Data yang diperoleh dianalisis dengan SEM menggunakan alat analisis AMOS 24. Hasil temuan penelitian ini menegaskan beberapa hal berikut: (1) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah, (2) *relationship marketing* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, (3) kualitas pelayanan berkontribusi positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, (4) *relationship marketing* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, serta (5) kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

**Kata Kunci : Kualitas pelayanan, *Relationship marketing*, Loyalitas nasabah, Kepuasan nasabah.**



**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND RELATIONSHIP  
MARKETING ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER  
SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE  
AT BANK BKK DAWE**

FIKA DURROTUN NISA

201911674

Advisor

1 : Nurul Rizka Arumsari, SE., MM

2 : Rhealin Hening Keratri, SE., MM

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

**ABSTRACT**

*The main purpose of this study is to understand and examine the effect of service quality and marketing on customer loyalty at Bank BKK Dawe Branch by considering customer satisfaction as an intervening variable. The method used is through the spread of quesinaries distributed to 100 customers of Bank BKK Dawe Branch. The data obtained were analyzed with SEM using the AMOS 24 analysis tool. The findings of this study confirm the following: (1) Quality of service has a significant and positive effect on customer satisfaction, (2) relationship marketing also has a positive and positive effect on customer satisfaction, (3) quality of service contributes positively and significantly to customer loyalty, (4) relationshipsship marketing also had a positive and significant effect on customer loyalty, and (5) customer satisfaction had a positive and significant effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *Service quality, Relationship marketing, Customer loyalty, Customer satisfaction.*

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	viii
RINGKASAN/ABSTRAKSI .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1. Latar Belakang .....	10
2. Ruang lingkup .....	12
3. Perumusan masalah .....	12
4. Tujuan penelitian .....	13
5. Manfaat penelitian .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Loyalitas Nasabah .....	19
2.2 Kepuasan Nasabah .....	20
2.3 Relationship Marketing .....	32
2.4 Kualitas Pelayanan .....	35

	Halaman
2.5 Tinjauan Penelitian terdahulu .....	40
2.6 Pengaruh antar variabel .....	45
2.7 Kerangka pemikiran teoritis .....	47
2.8 Hipotesis .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	50
3.2 Variabel penelitian dan definisi operasional .....	55
3.4 Jenis dan sumber data.....	58
3.5 Populasi dan sampel .....	59
3.6 Teknik pengumpulan data .....	60
3.7 Pengolahan Data .....	63
3.8 Uji kualitas instrumen .....	65
3.9 Analisis data dan uji hipotesis .....	67
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	68
4.2 Penyajian Data .....	74
4.3 Analisis Data.....	76
4.4 Analisis Konfirmatori.....	77
4.5 Pembahasan .....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	80
5.1 Kesimpulan .....	86
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTKA .....	114
LAMPIRAN .....	149

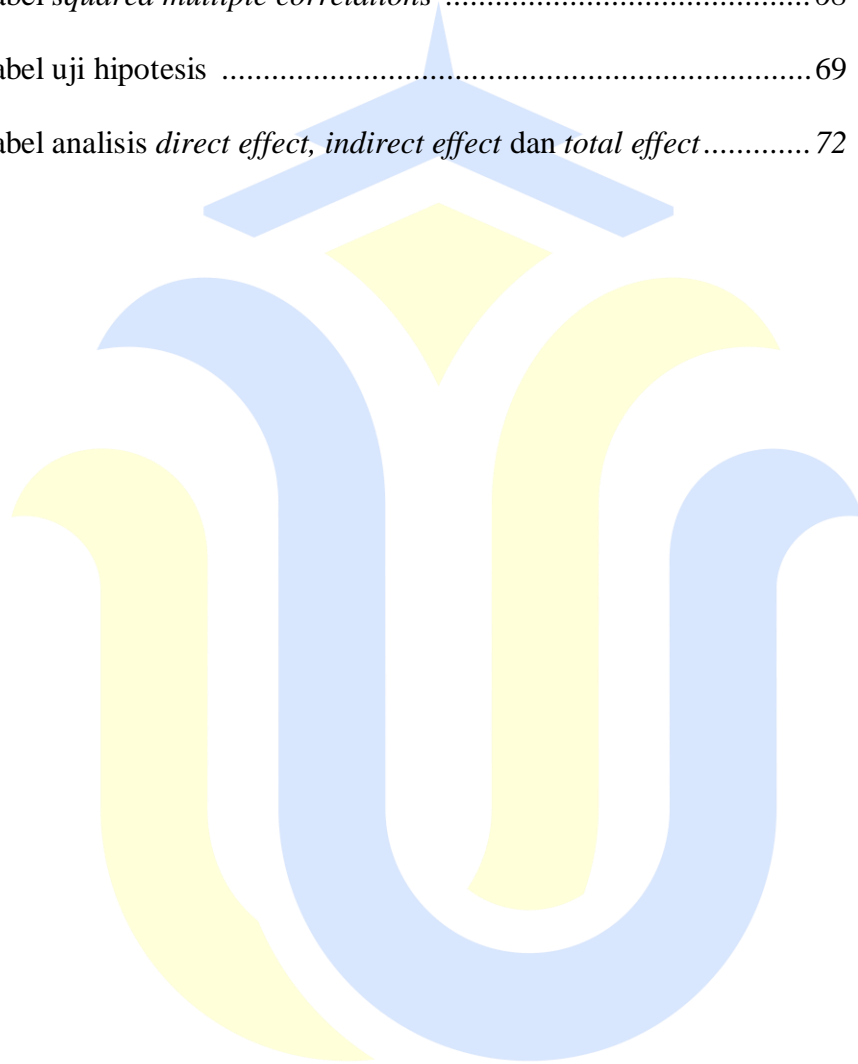


## DAFTAR TABEL

Halaman

1.1 Data kualitas pelayanan bank BKK Cabang Dawe tahun 2021-2022	4
1.2 Jumlah nasabah kredit Bank BKK Cabang Dawe tahun 2019-2022	5
3.1 Indikator .....	39
3.2 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	49
4.1 Pengelompokan Responden.....	51
4.2 Hasil statistik deskriptif variabel kualitas pelayanan .....	52
4.3 Hasil statistik deskriptif variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	53
4.4 Hasil statistik deskriptif variabel kepuasan nasabah.....	53
4.5 Hasil statistik deskriptif variabel loyalitas nasabah .....	54
4.6 Uji <i>Convergent Validity</i> .....	55
4.7 Uji <i>Average Variance Extract</i> .....	55
4.8 Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	56
4.9 Uji Reliabilitas .....	57
4.10 Hasil kriteria <i>Goodness of fit indices full measurement model</i> .....	58
4.11 Hasil <i>standardized regression weights</i> .....	59
4.12 Tabel hasil <i>standardized regression weights</i> .....	60
4.13 Tabel hasil kriteria <i>goodness of fit</i> variabel eksogen sesudah perbaikan .....	61
4.14 Tabel <i>standardized regression weights</i> .....	62
4.15 Tabel <i>standardized regression weights</i> .....	63

4.16 Tabel kriteria <i>goodness of fit</i> variabel endogen sesudah perbaikan	64
4.17 Tabel hasil kriteria <i>goodness of fit</i> full model	65
4.18 Tabel Uji normalitas	66
4.19 Tabel Uji outlier	67
4.20 Tabel <i>squared multiple correlations</i>	68
4.21 Tabel uji hipotesis	69
4.22 Tabel analisis <i>direct effect, indirect effect</i> dan <i>total effect</i>	72



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

4.1 Gambar <i>Full measurment</i> .....	57
4.2 Gambar Variabel Eksogen sebelum perbaikan .....	59
4.3 Gambar Variabel Eksogen sesudah perbaikan .....	60
4.4 Gambar Endogen sebelum perbaikan .....	62
4.5 Gambar Endogen sesudah perbaikan .....	63
4.6 Gambar <i>Full Model SEM</i> .....	65