

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN DAN CITRA  
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN  
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI MEDIASI**

**(Studi Pada Nasabah *BNI Mobile Banking*)**

***THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF SERVICE QUALITY AND  
COMPANY IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER  
SATISFACTION AS A MEDIATION***

***(Study On BNI Mobile Banking Customers)***



**Oleh:**

**Arief Faisa**

**20200410033**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2024**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN DAN CITRA  
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN  
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI MEDIASI**

**(Studi Pada Nasabah *BNI Mobile Banking*)**

***THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF SERVICE QUALITY AND  
COMPANY IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER  
SATISFACTION AS A MEDIATION***

***(Study On BNI Mobile Banking Customers)***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Oleh:**

**Arief Faisa**

**20200410033**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2024**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Arief Faisa

Nomor Mahasiswa : 20200410033

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI MEDIASI”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 30 April 2024



## **PERSEMBAHAN**

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga memberi kesabaran, kemudahan, dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Perjuangan yang telah dilalui tidak terlepas dari doa yang selalu dipanjatkan kepada Allah SWT serta dukungan dari keluarga maupun orang terkasih selama proses pengerjaan maupun sampai penyelesaian skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua Orangtua yang penulis sangat cintai dan sangat sayangi. Bambang Hartoyo dan Retno Mulyaningtyas, yang selalu mendoakan, membimbing, memotivasi, mendukung, dan memfasilitasi semuanya yang terbaik untuk penulis
2. Kakak penulis, Lukman Ari Widodo yang menjadi peran dalam membantu penulis dalam mengerjakan tugas skripsi ini.
3. Teman kuliah penulis Dinda, Frenas, Rofiq, Surya, Fino, Syafiq, Avi, Luthfiah, dan Ajna yang selalu memberi dukungan dan mengingatkan terkait dengan pengerjaan skripsi ini.
4. Pacar penulis, Ummu Aisyah, yang selalu memberikan dukungan dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan selalu kebersamai penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT yang telah memebrikan Rahmat dan karunia- Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Mediasi” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Selama pembuatan dan penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan arahan, bimbingan dan bantuan, karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Rizal Yahya, M.Sc., Ph.D., Ak. CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., MM Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan membagikan ilmunya.
4. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

Yogyakarta, 30 April 2024



Arief Faisa

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Teoritis .....	8
2. Manfaat Praktik.....	8
a. Bagi Pihak Layanan <i>M-Banking</i> .....	8
b. Bagi Mahasiswa dan Pembaca Lainnya.....	8
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Kerangka Teori.....	10
1. Kualitas Layanan .....	10
2. Citra Perusahaan .....	13
3. Kepuasan Nasabah .....	16
4. Loyalitas Nasabah.....	18

C.	Penelitian Terdahulu.....	20
D.	Pengembangan Hipotesis .....	26
1.	Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	26
2.	Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	27
3.	Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.....	28
4.	Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah .....	29
5.	Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah .....	29
6.	Peran Kepuasan Nasabah Memediasi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	30
7.	Peran Kepuasan Nasabah Memediasi Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	31
E.	Model Penelitian .....	31
BAB III .....		37
METODE PENELITIAN.....		37
A.	Objek dan Subjek Penelitian .....	37
B.	Jenis Penelitian.....	37
C.	Teknik Pengambilan Sampel.....	38
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	39
E.	Definisi Operasional variabel.....	40
1.	Variabel Independen.....	40
a.	Kualitas Layanan.....	40
b.	Citra Perusahaan .....	41
2.	Variabel Dependen .....	41
a.	Loyalitas nasabah.....	42
3.	Variabel Mediasi .....	42
a.	Kepuasan Nasabah .....	43
F.	Uji Kualitas Instrumen .....	45
G.	Uji Hipotesis Data dan Metode Analisis Data.....	47
1.	Analisis deskriptif .....	47
2.	Evaluasi Model Struktural atau <i>Inner Model</i> .....	47
a.	<i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> .....	47
b.	Koefisien determinasi ( <i>R<sup>2</sup></i> ).....	48
c.	<i>Cross-validated redundancy (Q<sup>2</sup>)</i> .....	48
d.	<i>effect size (f)</i> .....	48
e.	<i>Path coefficients</i> atau koefisien jalur.....	48

3. Model Fit.....	48
4. Uji Hipotesis .....	49
BAB IV .....	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian .....	50
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	51
B. Kriteria Responden .....	52
1. Usia Responden .....	52
2. Jenis Pekerjaan Responden .....	52
3. Domisili Responden.....	53
C. Analisis Statistik Deskriptif .....	54
D. Uji Kualitas Instrumen .....	57
1. Uji Validitas.....	57
2. Uji Reliabilitas .....	59
E. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	59
1. Variance Inflation Factor (VIF).....	60
2. Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	61
3. <i>Cross-Validated Redundancy (Q<sup>2</sup>)</i> .....	62
4. <i>Effect Size (f)</i> .....	63
5. <i>Path Coefficients</i> atau Koefisien jalur .....	64
F. Model Fit.....	65
G. Uji Hipotesis ( <i>Resampling bootstrapping</i> ) .....	65
1. Pengaruh Langsung ( <i>Direct Effects</i> ) .....	66
a. <b>Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Nasabah</b> .....	68
b. <b>Pengaruh Persepsi Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah</b> ..	68
c. <b>Pengaruh Persepsi Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah</b> ...	69
d. <b>Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah</b> .....	69
e. <b>Pengaruh Persepsi Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah</b> .....	70
2. Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect effects</i> ) .....	70
a. <b>Kepuasan Nasabah Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah</b> .....	71
b. <b>Kepuasan Nasabah Memediasi Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah</b> .....	72
H. Pembahasan.....	72



1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah .....	72
2. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah .....	73
3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.....	74
4. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah .....	75
5. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah .....	76
6. Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah.....	77
7. Kepuasan Nasabah Memediasi Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	78
BAB V .....	79
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	79
A. Simpulan .....	79
B. Keterbatasan penelitian .....	80
C. Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
DAFTAR LAMPIRAN .....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i> 2022-2023 .....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 2 Uji Validitas .....	46
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Usia Responden.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Domisili Responden.....	53
Tabel 4. 4 Kategori Penilaian Responden .....	55
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Layanan .....	55
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Citra Perusahaan .....	56
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Nasabah.....	56
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Nasabah .....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas .....	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4. 11 <i>Outer VIF Values</i> .....	60
Tabel 4. 12 <i>Inner VIF Values</i> .....	61
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian R Square .....	62
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Q Square.....	62
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Effect Size .....	63
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Path Coefficients.....	64
Tabel 4. 17 Model FIT.....	65
Tabel 4. 18 Nilai T Tabel .....	66
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung (Direct Effects) .....	67
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effects) ...	71

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Landasan Teori Loyalitas.....</b>	<b>8</b>
<b>Gambar 2. 2 Model Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 4. 1 Hasil Pengujian Bootstrapping.....</b>	<b>66</b>