

**PERAN *BRAND IMAGE* DAN *CUSTOMER COMMITMENT* DALAM
MEMEDIASI *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY***

**(Studi Empiris pada Nasabah Bank BCA Kantor Cabang Utama
Yogyakarta)**

***THE ROLE OF BRAND IMAGE AND CUSTOMER COMMITMENT IN
MEDIATING SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMER LOYALTY***

(Empirical Study on Bank BCA Customers Kantor Cabang Utama Yogyakarta)

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun oleh:

Aldila Apriliani

20200410500

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

2024

HALAMAN JUDUL

**PERAN *BRAND IMAGE* DAN *CUSTOMER COMMITMENT* DALAM
MEMEDIASI *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
(Studi Empiris pada Nasabah Bank BCA Kantor Cabang Utama
Yogyakarta)**

***THE ROLE OF BRAND IMAGE AND CUSTOMER COMMITMENT IN
MEDIATING SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMER LOYALTY
(Empirical Study on Bank BCA Customers Kantor Cabang Utama Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



**Disusun oleh:
Aldila Apriliani
20200410500**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Aldila Apriliani

Nomor Induk Mahasiswa : 20200410500

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : Peran *Brand Image* dan *Customer Commitment*
dalam Memediasi *Service Quality* terhadap
Customer Commitment (Studi Pada Nasabah Bank
BCA KCU Yogyakarta)

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu 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 tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 25 Januari 2024



Aldila Apriliani

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur yang teramat besar peneliti sampaikan kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Atas izin-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Segala hambatan dan kesulitan yang peneliti temui dalam proses penyusunan skripsi ini telah berhasil peneliti lalui atas kehendak Allah Subhanahu Wata'ala. Sehingga pada akhirnya skripsi ini selesai dan peneliti persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua peneliti. Kepada mama Emy Tjahjani dan papa Rudi Soewasono tercinta, terima kasih telah menjadi orang pertama yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan juga semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan studi S1 ini. Terima kasih atas setiap doa yang telah dengan tulus dilayangkan, doa yang selalu menyertai, kasih sayang dan pengertian yang tiada batas sehingga dapat bertahan hingga dititik ini. Ibu dan Bapak, akhirnya salah satu impian saya tercapai, terima kasih sudah terus mendampingi dan menyemangati.
2. Kepada kakakku, Disha dan adikku Ais, serta Alm. Fikri terima kasih atas segala bentuk kasih sayang yang diberikan. Terima kasih selama ini sudah selalu menghibur, menasehati, dan menyemangati dalam setiap proses perkuliahan serta dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing seminar proposal dan skripsi Radyan Dananjoyo. S.E., M.M., M,Sc., Ph.D._terimakasih telah menjadi dosen yang selalu membimbing dengan baik selama proses perkuliahan dan terimakasih atas bimbingan, kesabaran, waktu, saran dan ilmu yang senantiasa diberikan kepada saya.

4. Seluruh keluarga besar peneliti. Terima kasih sudah menjadi support system selama proses penyelesaian studi S1 ini.
5. Kepada teman-teman saya, Siti, Neli, Dita, April, Balqis, Adel, dan Sasha. Terima kasih telah memberikan dukungan kepada peneliti selama proses penyelesaian studi. Terima kasih telah menjadi teman yang selalu ada, teman berbagi keluh kesah, teman yang selalu memberikan semangat dalam setiap proses ini.
6. Kepada Na Jaemin, Johnny Suh, dan 24 member NCT lainnya. Terima kasih sudah menjadi penghibur dan penyemangat dalam pengerjaan skripsi ini melalui musik dan juga konten-kontennya.
7. Terakhir, ijinakan peneliti untuk mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang sudah mau bertahan dan berjuang hingga titik ini. Terima kasih sudah menyelesaikan setiap proses perkuliahan dan sudah mencoba memberikan hasil yang terbaik.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wata'ala atas kehendak dan Ridho-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran *Brand Image* dan *Customer Commitment* dalam Memediasi *Service Quality* terhadap *Customer Commitment* (Studi Pada Nasabah Bank BCA KCU Yogyakarta) Skripsi ini disusun untuk guna memenuhi salah satu persyaratan untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu masih terdapat beberapa keterbatasan, akan tetapi peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca baik dalam bidang teoritis maupun praktis. Selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tentu tidak pernah terlepas dari dukungan oleh berbagai pihak yang terlibat. Pada kesempatan ini, ijin peneliti untuk dapat menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budianto, M.P., IPM., ASEAN.Eng selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Radian Dananjoyo. S.E., M.M., M.Sc., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berperan penting selama proses perkuliahan penulis.
6. Ibu dan Bapak serta saudara- saudaraku yang senantiasa selalu memberi dorongan, perhatian dan motivasi selama menjalani studi.
7. Semua pihak yang terlibat yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Yogyakarta, 25 Januari 2024



Aldila Apriliani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
INTISARI.....	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Kerangka Teori.....	11
B. Definisi Konseptual	13
1. <i>Brand Image</i>	13

2.	<i>Service Quality</i>	14
3.	<i>Customer Commitment</i>	19
4.	<i>Customer Loyalty</i>	20
C.	Penelitian Terdahulu.....	22
D.	Hubungan Antar Variabel.....	26
1.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	26
2.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Commitment</i>	28
3.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	29
4.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	31
5.	Pengaruh <i>Customer Commitment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	32
6.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Commitment</i>	33
7.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Brand Image</i>	35
8.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Commitment</i>	36
E.	Model Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
A.	Pendekatan Penelitian.....	39
B.	Objek dan Subjek Penelitian.....	39
C.	Jenis Data	39
D.	Teknik Pengambilan Sampel.....	40
E.	Teknik Pengumpulan Data	41
F.	Identifikasi Variabel	42
G.	Definisi Operasional.....	42
H.	Uji Kualitas Instrumen	44
I.	Metode Analisa Data dan Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	52
1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	52
2.	Subjek Penelitian.....	53
B.	Uji Kualitas Instrumen dan Data	56

C. Uji Statistik Deskriptif.....	58
D. Analisis SEM.....	61
E. Uji Hipotesis.....	70
F. Pembahasan.....	75
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	84
1. Simpulan.....	84
2. Keterbatasan Penelitian	85
3. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indeks Keyakinan Konsumen (IKK).....	3
Tabel 1. 2 Bank dengan Nilai Aset Terbesar di Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.2 Ringkasan Hubungan antar Variabel Service Quality dan Brand Image	27
Tabel 2.3 Ringkasan Hubungan antar Variable Service Quality dan Customer Commitment.....	28
Tabel 2.4 Ringkasan Hubungan antar Variabel Service Quality dan Customer Loyalty	30
Tabel 2.5 Ringkasan Hubungan antara Variabel Brand Image dan Customer Loyalty	31
Tabel 2.6 Ringkasan Hubungan antar Variabel Customer Commitment dan Customer Loyalty.....	32
Tabel 2.7 Ringkasan Hubungan antar Variabel Brand Image dan Customer Commitment.....	33
Tabel 2.8 Ringkasan Hubungan antar Variabel Service Quality, Customer Loyalty dan Brand Image	35
Tabel 2.9 Ringkasan Hubungan antar Variabel Service Quality, Customer Loyalty dan Customer Commitment	36
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 3 Goodness Of Fit Index	51
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Jangka Waktu Kepemilikan Rekening	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas & Reabilitas.....	57
Tabel 4. 7 Tabel Interval	58
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Service Quality.....	59
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Brand Image.....	60
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Customer Commitment.....	60
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Customer Loyalty.....	61
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	64
Tabel 4. 13 Uji Bootstrap	65
Tabel 4. 14 Uji Outliers.....	66
Tabel 4. 15 Perhitungan Degree of Freedom	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Goodness of Fit sebelum Modifikasi.....	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Goodness of Fit setelah Modifikasi.....	69
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji Mediasi	73
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Hasil Analisis	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	38
Gambar 4. 1 Diagram Alur.....	62
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	63
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalanobis Distance	66
Gambar 4. 4 Output Model Diagram Awal.....	68
Gambar 4. 5 Output model diagram setelah dimodifikasi	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	96
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	105
Lampiran 3 Uji Validitas.....	107
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	108
Lampiran 5 Analisis Deskriptif.....	108
Lampiran 6 Model Penelitian Stuktural.....	111
Lampiran 7 Uji Normalitas.....	111
Lampiran 8 Uji Boostrap.....	112
Lampiran 9 Uji Outlier.....	112
Lampiran 10 Degree of Freedom.....	115
Lampiran 11 Goodness of fit.....	115
Lampiran 12 Uji Hipotesis.....	115
Lampiran 13 Uji Mediasi.....	116
Lampiran 14 Uji Tabulasi Data.....	119
Lampiran 15 Turnitin.....	139