



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, dan *SERVICE QUALITY* TERHADAP *BRAND LOYALTY* NASABAH
TABUNGAN BNI TAPLUS**

SKRIPSI

INDIRA DWIJAYANTI 2010111055

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, dan *SERVICE QUALITY* TERHADAP *BRAND LOYALTY* NASABAH
TABUNGAN BNI TAPLUS**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**

INDIRA DWIJAYANTI 2010111055

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Indira Dwijayanti

NIM : 2010111055

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, September 2023

Yang menyatakan,



FEAKX659338321

(Indira Dwijayanti)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indira Dwijayanti
NIM : 2010111055
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Service Quality Terhadap Brand Loyalty Nasabah BNI Taplus

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Desember 2023

Yang menyatakan,


(Indira Dwijayanti)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *BRAND LOYALTY* NASABAH
TABUNGAN BNI TAPLUS

Dipersiapkan dan disusun oleh :

INDIRA DWIJAYANTI 2010111055

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 14 Desember 2023

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Diana Triwardhani, SE.MM., Ph.D
Ketua Penguji

Jenji Gunaedi Argo SE MM
Penguji I

Drs. Nobelson, MM., CPM
Penguji II (Pembimbing)

Dr. Jubaedah, SE., M.M
Dekan

Siti Hidayati, SE., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Desember 2023

The Influence of Brand Image, Brand Trust, and Service Quality on Brand Loyalty of BNI Taplus Savings Customers

By Indira Dwijayanti

ABSTRACT

The number of banks and branch offices are decreasing. However, competition in this industry remains fierce, the ranking of state-owned bank savings products BNI Taplus placing third with an index that has been dropping in recent years. As a result, BNI Taplus must strengthen its Brand Image, Brand Trust, and Service Quality in order to establish brand loyalty among BNI Taplus consumers. The study uses quantitative methodologies to identify, analyze, and demonstrate the impact of Brand Image, Brand Trust, and Service Quality on BNI Taplus consumers' Brand Loyalty. A purposive sample strategy was utilized to choose 100 respondents for this study. This riset used Partial Least Squares analysis technique. According to the findings, (1) brand image has a significant positive on BNI Taplus customer loyalty with a coefficient value of 0.569, (2) brand trust has a significant positive effect on BNI Taplus customer loyalty with a coefficient value of 0.288, and (3) service quality has no influence on BNI Taplus customer brand loyalty with a coefficient value of -0.041. The remaining 41.2% is impacted by other factors not included in this study, with an independent variable value of 0.558 or 58.8% of the total.

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

**Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Service Quality* terhadap *Brand Loyalty* Nasabah Tabungan BNI Taplus
Oleh Indira Dwijayanti**

ABSTRAK

Sektor perbankan di Indonesia pasca covid mengalami penurunan jumlah bank dan kantor cabang. Akan tetapi kenyataannya, persaingan dalam sektor ini masih saja ketat. Hal ini terbukti dari peringkat produk tabungan bank milik BUMN, BNI Taplus berada pada peringkat ke 3 dengan indeks yang beberapa tahun terakhir mengalami penurunan. Dalam menyikapi hal tersebut, BNI Taplus dirasa perlu meningkatkan Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Layanan agar menciptakan loyalitas merek pada nasabah BNI Taplus. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dalam mengetahui, menganalisis dan membuktikan pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek nasabah BNI Taplus. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan penggunaan metode purposive sampling. Kemudian menggunakan teknik analisis Partial Least Square. Dengan perolehan hasil, (1) Citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas merek nasabah BNI Taplus dengan nilai koefisien sebesar 0,569, (2) Kepercayaan merek berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas merek nasabah BNI Taplus dengan nilai koefisien sebesar 0,288, (3) Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek nasabah BNI Taplus dengan nilai koefisien -0,041. Dengan nilai variabel bebas 0,558 atau 58,8% dari total keseluruhan, sedangkan sisanya sebanyak 41,2% dipengaruhi oleh variabel tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Layanan, Loyalitas Merek

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Pada hari kamis, 14 Desember 2023 telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Indira Dwijayanti

No.Pokok Mahasiswa : 2010111055

Program : Manajemen S.1

**“Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Service Quality* terhadap *Brand Loyalty* Nasabah
BNI Taplus”**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus*)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE.MM., Ph.D	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo SE MM	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson MM CPM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 14 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M.

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan karunia dan juga nikmat-Nya, peneliti dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan *Service Quality* Terhadap *Brand Loyalty* Nasabah Tabungan BNI Taplus.”

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang selalu. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam penulisan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada hingganya kepada:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku dekan FEB UPN “Veteran” Jakarta.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM selaku ketua jurusan manajemen FEB UPN “Veteran” Jakarta.
3. Siti Hidayati, SE., M.M. selaku ketua program studi manajemen yang sangat informatif mengenai informasi terkait skripsi
4. Dr. Nobelson, MM., CPM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, nasihat dan arahan kepada peneliti.
5. Secara khusus peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Ayah dan ibu peneliti yang tercinta dan kak Indra yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dengan baik.
6. Ucapan terima kasih peneliti kepada semua sahabat yang telah banyak memberikan bantuan, dorongan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian selanjutnya. peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Jakarta, 27 Agustus 2023
peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan.....	7
1.4. Manfaat.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori	9
2.2.1. Manajemen Pemasaran	9
2.2.2. Bank.....	10
2.2.3. Brand Image	10
2.2.4. Brand Trust	11
2.2.5. Service Quality.....	12
2.2.6. Brand Loyalty	14
2.2. Penelitian Sebelumnya	15
2.3. Model Penelitian	22
2.3.1. Brand Image terhadap Brand loyalty nasabah.....	22
2.3.2. Brand Trust terhadap Brand loyalty nasabah	23
2.3.3. Service Quality terhadap Brand loyalty nasabah	23
2.4. Pengembangan Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.1.1. Definisi Operasional.....	24
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	25
3.2. Penentuan Populasi dan Sampel	26
3.2.1. Populasi	26

3.2.2. Sampel	26
3.3. Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1. Jenis Data	27
3.3.2. Sumber Data	28
3.3.3. Pengumpulan Data	28
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	30
3.4.1. Teknis Analisis Data (Uji Instrumen).....	30
3.4.2. Teknik Analisis Deskriptif	30
3.4.3. Teknik Analisis Inferensial.....	31
3.4.4. Uji Validitas	35
3.4.5. Uji Reliabilitas	36
3.4.6. Uji R Square	37
3.4.7. Uji F Square.....	38
3.4.8. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	40
4.3 Analisis dan Uji Hipotesis	44
4.3.1. Analisis Inferensial.....	48
4.3.2. R Square.....	54
4.3.3. Uji F Square.....	54
4.3.4. Uji Hipotesis.....	55
4.4 Pembahasan.....	57
4.4.1. Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty.....	57
4.4.2. Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty	58
4.4.3. Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Loyalty	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1. Simpulan.....	61
5.2. Keterbatasan Penelitian	61
5.3. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Bank Umum dan Kantor Bank Umum	1
Tabel 2. Top Brand Index Produk Tabungan Bank BUMN	2
Tabel 3. Top Brand Index Internet Banking Pada Bank BUMN	3
Tabel 4. Top Brand Index Mobile Banking Pada Bank BUMN	4
Tabel 5. Penelitian terdahulu	20
Tabel 6. Pengukuran Variabel	25
Tabel 7. Skala Likert	29
Tabel 8. Kisi-kisi kuesioner	29
Tabel 9. Tabel interpretasi	31
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	43
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 14. Hasil Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek	44
Tabel 15. Hasil Responden Terhadap Variabel Citra Merek	45
Tabel 16. Hasil Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek	46
Tabel 17. Hasil Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	47
Tabel 18. Hasil Nilai Outer Loading Factor	50
Tabel 19. Nilai Fornell-Larcker criterion	51
Tabel 20. Hasil AVE	52
Tabel 21. Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 22. Hasil Nilai R Square dan R Square Adjusted	54
Tabel 23. Hasil F Square	55
Tabel 24. Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	22
Gambar 2. Langkah-langkah analisis data dengan PLS	32
Gambar 3. Inner model	33
Gambar 4. Outer model	33
Gambar 5. Kerangka diagram jalur.....	34
Gambar 6. Outer Model.....	49
Gambar 7. Inner Model.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 . <i>Review</i> nasabah BNI.....	67
Lampiran 2 . <i>Review</i> nasabah BNI.....	67
Lampiran 3 . <i>Review</i> nasabah BNI.....	67
Lampiran 4 . <i>Review</i> nasabah BNI.....	68
Lampiran 5 . <i>Review</i> nasabah BNI.....	68
Lampiran 6 T tabel.....	69
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 8 Data Kuesioner 100 Responden	74
Lampiran 9 Hasil Deskripsi Data Responden.....	87
Lampiran 10 Hasil Deskripsi Data Penelitian.....	88
Lampiran 11 Hasil Output Outer Model.....	90
Lampiran 12 Hasil Output Inner Model	91
Lampiran 13 Hasil Output Model SmartPLS	92