

**PENGARUH CITRA BANK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada BRI Cabang Kota Padang)

SKRIPSI



OLEH:

DARATUL BAIDAH

2010011211157

Dosen Pembimbing

Irda, S.E., MA

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Strata-1

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH CITRA BANK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA BANK BRI CABANG KOTA PADANG

Oleh :


Nama: Daratul Baidah

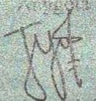
NPM: 2010011211157

Tim Penguji:

Ketua

(Irda, S.E., M.A)

Sekretaris

(Riza Desiyanti, S.E., M.Si., Ph.D)


(Tyara Dwi Putri, S.E., M.Sc)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
pada tanggal 15 Agustus 2024

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

Dekan

Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

JUDUL SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH CITRA BANK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA BANK BRI CABANG KOTA PADANG**

Oleh :

Nama: Daratul Baidah

NPM: 2010011211157

Telah dipertahankan di depan Tim
Penguji Pada Tanggal 15 Agustus 2024

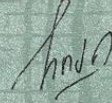
Menyetujui

Pembimbing



Irda, S.E., M.A

Ketua Program Studi



Linda Wati, S.E., M.Si

PENGARUH CITRA BANK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI BANK BRI CABANG KOTA PADANG

Daratul Baidah¹, Irda²

¹Mahasiswa Program Studi S1 Ilmu Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

²Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: ¹daratulbaidah@icloud.com, ²irda@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh citra bank dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi di bank BRI cabang Kota Padang. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah purposive sampling berdasarkan kriteria yang ditentukan sebelumnya, yaitu dengan jumlah sampel 100 responden dengan bantuan alat analisis Spss. metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra bank tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, citra bank berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, kepuasan nasabah tidak memediasi hubungan antara citra bank terhadap loyalitas, kepuasan pelanggan tidak memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER LOYALTY: THE ROLE OF CUSTOMER SATISFACTION AS
INTERVENING***

Daratul Baidah¹, Irda²

***¹Student of Bachelor of Management Science Study Program,
Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University***

***²Lecturer in Management, Faculty of Economics and Business, Bung
Hatta University***

ABSTRACT

This study aims to explain the influence of bank image and service quality on customer loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable, at the BRI bank branch in Padang City. The sampling method used is purposive sampling based on predefined criteria, involving a sample of 100 respondents with the aid of SPSS analysis tools. The data analysis method employed is statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results indicate that bank image does not positively influence customer loyalty, bank image positively influences customer satisfaction, service quality does not positively influence customer loyalty, service quality positively influences customer satisfaction, customer satisfaction positively influences customer loyalty, customer satisfaction does not mediate the relationship between bank image and loyalty, and customer satisfaction does not mediate the relationship between service quality and customer loyalty

***Keywords: Brand Image, Service Quality, Customer Loyalty,
Customer Satisfactions***

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan peneltianskripsi dengan judul “Pengaruh Empati, Pengaruh E-Sosial dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Berdonasi *Online* Pada Platform Kitabisa.com” disusun untuk memenuhi tugas akhir yaitu skripsi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Program Strata 1 (S1) pada program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.

Pada proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. ALLAH SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran bagi penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan dalam pembuatan skripsi ini.
2. Cinta pertama dan panutanku Ayahanda Drs. Arji dan pintu surgaku Ibunda Emi Zuriati, dua malaikat yang paling berjasa dalam hidup saya. Terimakasih atas segala pengorbanan, kepercayaan, cinta dan tulus kasih yang diberikan dan senan tiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan kepada anaknya sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga ayah dan ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
3. Ibu Prof. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung Hatta.

4. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, SE., M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomidan Bisnis, Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Lindawati, SE., M. Si selaku Ketua Jurusan Manajemen FakultasEkonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.
6. Bapak Purbo Jadmiko, SE., M. Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.
7. Ibu Irda, S.E., MA selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini dari awal hingga selesai.
8. Segenap Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta yang telah bersedia memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan.
9. Terimakasih kepada cinta kasih ketiga saudara kandung saya, Kakanda William Zuriat, Cory Dayana dan Hanafi Ahada atas segala do'a, dukungan, motivasi dan dukungan secara *financial* kepada penulis sehingga penulis dapat bersemangat dalam proses penelitian ini.
10. Terimakasih kepada Tante dan Om tercinta, Elva Susanti dan Rahmat Hidayat yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam proses penelitian ini.

11. Sahabat tercinta, serta teman seperjuangan yang baik hatinya, Anryfestu Indria, Annisa Sabran dan Viona Adea Nesya terima kasih telah mendengarkan serta memberikan dukungan penuh kepada penulis, terimakasih untuk waktu yang dihabiskan bersama selama perkuliahan dan selalu memberikan semangat bagi penulis.
12. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Muhammad Fikri yang menjadi salah satu penyemangat karena selalu menemani dan menjadi *support system* penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi, Terima Kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis selalu dalam keadaan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penyusunan skripsi ini hingga selesai. Saya harap kita terus bersama menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
13. Untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih atas doa, semangat dan motivasinya.
14. *Last but not least*, terimakasih untuk diri sendiri, Daratul Baidah karena telah mampu atas kerja keras dan berjuang sejauh ini, terimakasih karena telah percaya kepada diri sendiri, tak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh

karena itu penulismengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen khususnya pemasaran.

Penulis,

Daratul Baidah

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
JUDUL SKRIPSI	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 <i>Latar Belakang</i>	1
1.2 <i>Perumusan Masalah</i>	7
1.3 <i>Tujuan Penelitian</i>	7
1.4 <i>Manfaat penelitian</i>	8
BAB II	9
KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 <i>Kajian Literatur</i>	9
2.1.1 <i>Loyalitas Nasabah</i>	9
2.1.2 <i>Kepuasan Nasabah</i>	11
2.1.3 Citra Bank	13
2.1.4 Kualitas Pelayanan	14
2.2 <i>Pengembangan Hipotesis</i>	16
2.2.1 Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah	16
2.2.2 Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas nasabah	17
2.2.3 Citra bank terhadap Kepuasan nasabah	17
2.2.4 Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	18
2.2.5 kepuasan nasabah terhadap Loyalitas Nasabah	19
2.2.6 Kepuasan nasabah memediasi hubungan antara Citra Bank dan Loyalitas Nasabah	21
2.2.7 Kepuasan Nasabah memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan dan loyalitas nasabah	21
<i>Kerangka Konseptual</i>	23
BAB III.....	24

METODE PENELITIAN	24
3.1 <i>Jenis Penelitian</i>	24
3.2 <i>Objek, Populasi dan Sampel Penelitian</i>	24
3.3 <i>Jenis dan Sumber Data</i>	26
3.4 <i>Definisi Operasional Variabel</i>	26
3.4.1 Loyalitas nasabah	26
3.4.2 Kepuasan nasabah	26
3.4.3 Citra bank	27
3.4.4 Kualitas pelayanan	27
3.5 <i>Teknik Analisis Data</i>	28
3.5.1 Measurement Model Assessment.....	28
3.5.2 Analisis Deskriptif	29
3.5.3 <i>R Square</i>	31
3.5.4 Structural Model Assessment	31
3.6 <i>Tipe-Tipe Mediasi</i>	32
BAB IV	33
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 <i>Hasil Analisis</i>	33
4.1.1 Response rate	33
4.1.2 Profil Responden.....	34
4.1.3 Measurement Model Assessment.....	35
4.1.4 Analisis Deskriptif	41
4.1.5 Analisis R square	46
4.1.6 Structural Model Assessment	46
4.2 <i>Pembahasan</i>	51
4.2.1 Pengaruh Citra Bank terhadap Loyalitas nasabah.....	51
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah	51
4.2.3 Pengaruh Citra Bank terhadap Kepuasan Nasabah	52
4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	52
4.2.5 Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah	53
4.2.6 Pengaruh Kepuasan Nasabah sebagai mediasi antara Citra Bank ke Loyalitas Nasabah.....	53
4.2.7 Pengaruh Kepuasan Nasabah sebagai mediasi antara Kualitas Pelayanan ke Loyalitas Nasabah	54
BAB V.....	55
PENUTUP	55
5.1 <i>Kesimpulan</i>	55
5.2 <i>Implikasi Penelitian</i>	55
5.3 <i>Keterbatasan dan Saran</i>	56
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	3
Tabel 1.2	4
Tabel 1.3	5
Tabel 3.1	30
Tabel 3.2	31
Tabel 3.3	32
Tabel 4.1	33
Tabel 4.2	34
Tabel 4.3	36
Tabel 4.4	37
Tabel 4.5	38
Tabel 4.6	39
Tabel 4.7	40
Tabel 4.8	41
Tabel 4.9	42
Tabel 4.10	43
Tabel 4.11	45
Tabel 4.12	46
Tabel 4.13	47
Tabel 4.14	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 23

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	61
MAPPING PENELITIAN TERDAHULU	61
LAMPIRAN 2	100
KUESIONER PENELITIAN	100
LAMPIRAN 3	105
TABULASI DATA.....	105
LAMPIRAN 4	125
PROFIL RESPONDEN	125
LAMPIRAN 5	127
MEASUREMENT MODEL ASSESMENT.....	127
LAMPIRAN 6	130
Analisis Deskriptif.....	130
LAMPIRAN 7	132
R Square.....	132
LAMPIRAN 8	133
Nilai <i>Path coefficient</i>	133

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia bank memiliki sejarah panjang yang bermula sejak era kolonial belanda. Pada masa itu bank didirikan untuk melayani kepentingan pemerintahan kolonial dan para pengusaha belanda, tetapi bank tersebut tidak melayani pribumi secara luas.

Setelah indonesia merdeka pemerintahan mulai mendirikan bank-bank milik negara untuk mendukung pembangunan nasional. Pada era 1980-an, pemerintah mulai membuka sektor perbankan bagi swasta. Hal ini mendorong banyak berdirinya bank swasta di indonesia. Pada era 1990-an, indonesia mengalami krisis moneter yang hal ini berdampak sangat besar terhadap sektor perbankan di indonesia. Banyak dari bank-bank yang berdiri mengalami masalah keuangan dan terpaksa ditutup. Hal ini menyebabkan kepercayaan masyarakat terhadap bank menurun. Kemudian pemerintah melakukan segala upaya untuk memulihkan sektor bank di indonesia dan kepercayaan masyarakat terhadap bank. Upaya pemerintahan tersebut membuahkan hasil, sektor perbankan indonesia mulai pulih. Saat ini perbankan indonesia termasuk sehat dan kuat dengan menawarkan layanan dan produk yang inovatif dan kompetitif.

Industri perbankan di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya bank yang berdiri untuk menawarkan layanan dan produk yang menarik bagi nasabah. Persaingan antar bank juga semakin ketat, tidak hanya dalam segi regional saja namun juga secara global. Pada saat sekarang ini Lembaga keuangan Indonesia

seperti perbankan termasuk salah satu unsur yang berkewajiban dalam kegiatan di bidang moneter dan ekonomi. Tugas utama bank adalah untuk mengatur keuangan masyarakat dengan cara menghimpun uang masyarakat dan menyalurkan kembali uang tersebut ke masyarakat dan tak lupa pula jasa bank lainnya.

Salah satu bank terbesar yang ikut bersaing di perbankan Indonesia adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI).

Bank BRI memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional. Salah satu cabang BRI ada di kota padang, dengan tujuan yang sama yaitu untuk meningkatkan kehidupan rakyat banyak. Dan selain itu BRI cabang kota Padang juga bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat banyak agar hanya melakukan transaksi lewat BRI saja, dan tak luput juga dari karyawannya juga harus bekerja semaksimal mungkin untuk mewujudkan tujuan tersebut. Pihak BRI cabang Padang juga harus peka terhadap citra bank, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sehingga dapat terjadinya loyalitas nasabah. Dengan begitu pentingnya loyalitas akan suatu bank dapat berpengaruh besar dalam kelanjutan bank itu sendiri. Maka dari itu Perusahaan-perusahaan lain dan termasuk juga bank BRI cabang padang ini melakukan yang terbaik terhadap perusahaannya sehingga terjadinya peningkatan nasabah yang loyal akan bank tersebut.

Tabel 1.1

Kategori Banking dan Finance – Produk Tabungan Tahun 2023

Brand	TBI	
Tahapan BCA	33,60%	TOP
BritAma (BRI)	17,50%	TOP
Tabungan Mandiri	13,30%	TOP
BNI Taplus	7,30%	
Simpedes	7,10%	

Sumber: Top Brand Index (Top Brand Award), 2023

Melalui Tabel 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa tabungan BritAma pada Top Brand Index mendapat posisi ke 2 terbesar yaitu 17,50% .

Selain itu tabungan BritAma di kota padang menjadi salah satu tabungan yang banyak dipilih oleh nasabah. Hal ini dapat di perhatikan pada data jumlah rekening nasabah pada tahun 2020 hingga tahun 2022, yang mana peneliti peroleh dari data internal BRI *Regional office* Kota Padang yang berlokasi pada Jalan Bagindo Azis Chan, Kota Padang.

Tabel 1.2
Perbandingan Jumlah Tabungan Rekening Nasabah BritAma di Kota Padang

Mata Anggaran	Jumlah rekening nasabah
BritAma tahun 2020	77.390
BritAma tahun 2021	94.385
BritAma tahun 2022	106.510

Sumber: Data Internal BRI Regional Office di kota padang, 2020-2022

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa terjadinya peningkatan nasabah tabungan BritAma pada tahun 2020 hingga 2022 di kota padang. Hal ini bisa menjadi gambaran bahwa bank BRI dalam hal produk tabungan BritAma dikota padang memiliki peluang besar untuk memperoleh nasabah lebih banyak lagi. Namun terjadi penurunan pada tahun 2022 dibandingkan dengan tahun 2021, pada tahun 2021 nasabah BritAma bertambah sebanyak 16.995 nasabah, sedangkan pada tahun 2022 hanya bertambah sebanyak 12.125 nasabah, hingga pada tahun 2023, jumlah nasabah BritAma kota Padang secara keseluruhan menyentuh angka 716.321 nasabah. Selain itu peneliti juga melakukan observasi lebih lanjut, yang mana salah satu unit bank BRI Kota Padang kerap mengalami beberapa keluhan dari nasabah BRI Kantor Cabang Padang yang dipaparkan pada tabel 1.2:

Tabel 1.3**Fenomena Loyalitas Nasabah Bank BRI cabang Padang**

NO	Pertanyaan	Jawaban					Skor	Rata-
		ST	TS	N	S	SS	Total	Rata
1	Saya akan terus melanjutkan menggunakan layanan pada bank BRI cabang padang.	5	7	13	3	2	80	2.66
2	Saya tidak keberatan merekomendasikan bank BRI kepada orang lain.	7	8	12	1	2	73	2.43
3	Saya akan tetap menjadi nasabah bank BRI walaupun ada penawaran dari bank lain.	9	9	10	2	-	65	2.16
Rata-Rata								2,41
Tingkat Capaian Responden/ TCR (%)								48,2%

Sumber: (survei awal)

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat disimpulkan bahwa skor rata rata dari jawaban responden adalah 2.41 dengan TCR sebesar 48,2%. Yang mana hal ini dapat diartikan bahwa Loyalitas Nasabah Bank BRI cabang Padang tergolong ke dalam kategori sangat rendah (Aikunto, 2006).

Bank BRI harus meningkatkan sendiri loyalitas nasabahnya dengan memperhatikan layanan yang diberikan terhadap nasabah sehingga nasabah merasa puas. Loyalitas nasabah merupakan salah satu faktor penting bagi suatu bank untuk mencapai kesuksesan. Nasabah yang loyal dapat dilihat dari penggunaan produk dan layanan yang terus menerus pada suatu bank, bahkan tidak keberatan untuk merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu penting bagi bank untuk memahami faktor faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

Citra bank dan kualitas pelayanan merupakan dua faktor yang penting dalam mempengaruhi loyalitas nasabah. Menurut (Layanan et al., 2022) Citra bank adalah persepsi tentang orang-orang yang membentuk organisasi dan yang menyediakan layanan. Sedangkan kualitas pelayanan menurut (Pramana & Rastini, 2020) suatu bentuk penilaian, terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, menurunnya loyalitas nasabah suatu bank tidak menutup kemungkinan hal tersebut disebabkan oleh kualitas pelayanan yang buruk terhadap nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan variabel penting yang memediasi hubungan antara citra bank dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menurut (Widiaswara & Sutopo, 2017) adalah sejauh mana kinerja yang diberikan suatu bank sepadan dengan apa yang diharapkan nasabah. Nasabah yang puas dengan citra bank dan kualitas pelayanan yang di beri cenderung memiliki loyalitas yang tinggi.

Penelitian ini merupakan **Modifikasi** dari penelitian (Widiaswara & Sutopo, 2017) dimana dalam penelitian tersebut variabel bebasnya adalah Kualitas produk dan Citra merek, variabel mediasinya adalah kepuasan pelanggan, dan variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan. Di penelitian ini variabel bebasnya yaitu Kualitas produk diganti dengan Kualitas pelayanan dimana penggantian variabel bebas tersebut didukung oleh (Sugistianto & Ispriyahadi, 2021) yang mana variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan, variabel mediasi adalah kepuasan pelanggan dan variabel terikatnya adalah loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian sebelumnya, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Citra Bank dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang kota Padang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang kota Padang?
3. Apakah citra bank berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang kota Padang?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang kota Padang?
5. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang kota Padang?
6. Apakah kepuasan nasabah memediasi hubungan citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang kota Padang?
7. Apakah kepuasan nasabah memediasi hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang kota Padang
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang kota Padang

3. Pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang kota Padang
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang kota Padang
5. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang kota Padang
6. Pengaruh kepuasan nasabah memediasi hubungan citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang kota Padang
7. Pengaruh kepuasan nasabah memediasi hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang kota Padang?

1.4 Manfaat penelitian

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Kedua manfaat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai salah satu sumber referensi dalam memahami bagaimana citra bank dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, dan bagaimana kepuasan nasabah memediasi hubungan citra bank dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah khususnya pada bank BRI cabang padang.

2. Manfaat praktis.

Bagi BRI cabang padang dapat menjadi masukan untuk meningkatkan loyalitas nasabah menurut persepsi publik.