

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA
KEPUASAN NASABAH :**

**Studi pada Layanan *Video Banking*
PT BANK CENTRAL ASIA TBK**

TESIS

**Kiki Lestari
202120151017**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : **Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Product Dan Harga Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kepuasan Nasabah Studi Pada Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk**

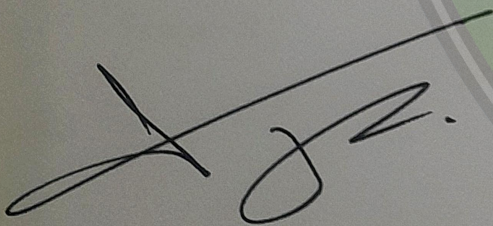
Nama Mahasiswa : Kiki Lestari
Nomor Pokok Mahasiswa : 202120151017
Program Studi / Fakultas : Magister Manajemen / Fakultas Ekonomi & Bisnis
Konsentrasi : Manajemen Strategik
Tanggal Pengajuan Tesis : 31 Juli 2023

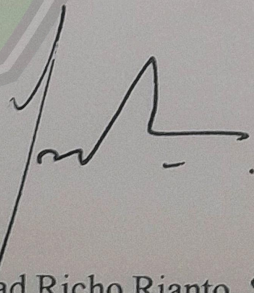
Jakarta, 2 Agustus 2023

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Ningky Sasanti Munir, MBA., CAC
NIDN : 0312106003


Dr. Muhammad Richo Rianto, SE., MM
NIDN : 0314118601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : **Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Product Dan Harga Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kepuasan Nasabah Studi Pada Layanan Video Banking PT Bank Central Asia Tbk**

Nama Mahasiswa : Kiki Lestari

Nomor Pokok Mahasiswa : 202120151017

Program Studi / Fakultas : Magister Manajemen / Fakultas Ekonomi & Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Strategik

Tanggal Pengajuan Tesis : 31 Juli 2023

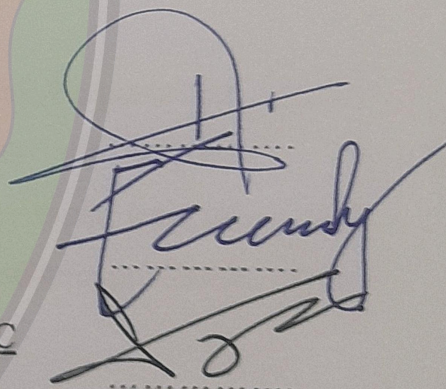
Jakarta, 2 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M
NIDN: 0316066201

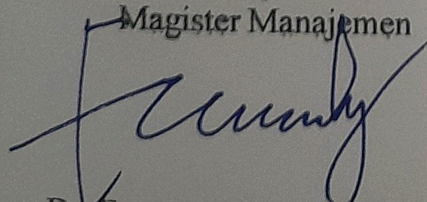
Penguji I : Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M
NIDN: 0405095803

Penguji II : Dr. Ningky Sasanti Munir, MBA., CAC
NIDN: 0312106003



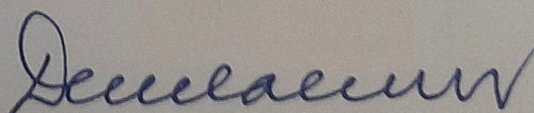
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M
NIDN: 0405095803

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., M.B.A
NIDN: 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Tesis Yang Berjudul

“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Product, Dan Harga Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kepuasan Nasabah: Studi Pada Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk”.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan tesis ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Kiki Lestari

202120151017

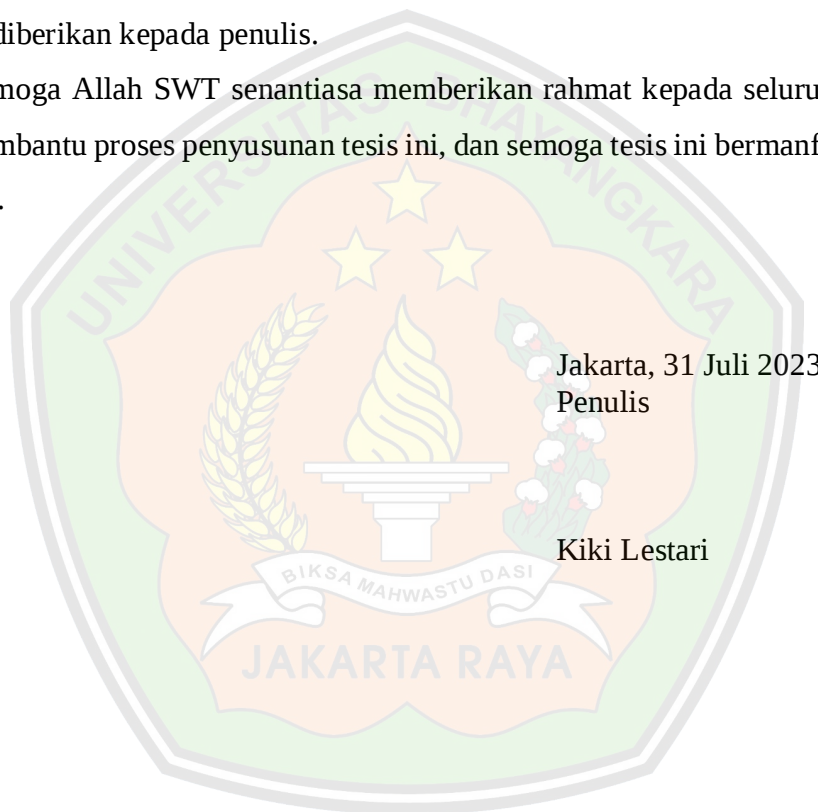
KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan tesis ini. Solawat serta salam penulis curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Penulis dapat berada pada titik ini karena doa, bantuan, dukungan, dan saran dari banyak pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Dr.H. Bambang Karsono, Drs, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc, M.B.A selaku Dekan Program Studi Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Ningky Sasanti Munir, MBA., CAC selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar telah mengarahkan, membimbing, memberikan masukan, saran serta ilmunya sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M. selaku Kepala Prodi Magister Management dan Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bantuan sepanjang perkuliahan di MM Universitas Bhayangkara.
5. selaku penguji thesis yang telah memberikan arahan, masukan dan saran sehingga tesis ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh Dosen dan staf Pegawai Program Studi Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman selama perkuliahan.
7. Teman-teman MM Universitas Bhayangkara Angkatan 52 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang bersama-sama berjuang, saling memberi semangat dan dorongan untuk segera menyelesaikan tesis.
8. Mochammad Rizki dan Lasheera Azra Inaya Rizki, suami dan putri terkasih yang senantiasa mendoakan, menemani, memberikan perhatian dan semangat kepada penulis. ***“Robbanaa hab lanaa min azwaajinaa wa dzurriyyatinaa qurrota a'yun, waj'alnaa lil muttaqiina imaamaa”.***
9. Bapak Darma dan Ibu Onasih orangtua yang menjadi pembimbing utama dan telah membesarkan penulis dengan curahan kasih sayang ***“Rabbighfirli waliwalidayya warhamhuma kamaa rabbayani saghira”.***

10. Keluarga besar SLDI dan khususnya Team VBK serta SPVkuh terluv
11. Sahabat-sahabatku tersayang Hani Sangaji, Novi Kirana, Nyoman Gita, Yulisa, Mutia, Zia, Elin, Dwi, dan Canda terimakasih sudah sedikit direpotkan, dan memberi semangat serta dukungan dalam menyelesaikan tesis
12. Seluruh responden yang sudah berpartisipasi dalam penelitian ini. Terima kasih sudah memberikan waktu dan pikiran dalam mengisi kuesioner penelitian.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang turut serta membantu penyelesaian tesis ini, terima kasih atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat kepada seluruh pihak yang membantu proses penyusunan tesis ini, dan semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca.



ABSTRAK

Kiki Lestari. 202120151017. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Nasabah pada Kepuasan Nasabah : Studi pada Layanan *Video Banking* PT Bank Central Asia Tbk. Penelitian ini dilatar belakangi bahwa setiap perbankan memiliki kualitas serta standar layanan yang berbeda. Persaingan di dunia perbankan semakin pesat mengharuskan perusahaan bekerja lebih keras untuk memahami kebutuhan dan keinginan nasabah. Bagaimana perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanannya sehingga nasabah merasa puas dengan apa yang nasabah dapatkan dengan begitu akan menciptakan loyalitas. Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan, kualitas produk, harga dan kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah dan apakah kepuasan nasabah dapat ditingkatkan antara kualitas layanan, kualitas produk, harga hingga loyalitas nasabah di layanan *video banking* BCA. Populasi dalam hal ini penelitian adalah semua nasabah yang telah melakukan transaksi layanan *video banking*. Sampel dalam penelitian berjumlah 100. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling - Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan Aplikasi SMART PLS untuk melakukan analisis data penelitian. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian instrumen dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, *outer model*, *inner model* dan uji hipotesis. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan menggunakan skala likert. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan, kualitas produk, harga dan kepuasan nasabah juga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan analisis jalur atau analisis besaran tidak langsung pengaruhnya lebih besar daripada pengaruh langsung jadi kepuasan nasabah mampu mengurangi antara dampak kualitas layanan, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan..

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Kiki Lestari. 202120151017. *The Effect of Service Quality, Product Quality, and Price on Customer Loyalty on Customer Satisfaction: Studies on Video Banking Services of PT Bank Central Asia Tbk.* The background of this research is that every bank has different quality and service standards. Competition in the banking world is increasing rapidly, forcing companies to work harder to understand the needs and desires of customers. How companies can maintain and improve their services so that customers are satisfied with what customers get will create loyalty. The research aims to find out whether service quality, product quality, price and customer satisfaction affect customer loyalty and whether customer satisfaction can be increased between service quality, product quality, price and customer loyalty in BCA video banking services. The population in this research is all customers who have transacted video banking services. There were 100 samples in this study. The data analysis technique in this study used the Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS) method with the help of the SMART PLS application to carry out research data analysis. In this study, instrument testing was carried out by conducting validity tests, reliability tests, outer models, inner models and hypothesis testing. The data collection method used in this study was a questionnaire and used a Likert scale. The test results show that service quality, product quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality, product quality, price and customer satisfaction also have a positive and significant impact on customer loyalty. With path analysis or indirect analysis, the effect is greater than the direct effect, so customer satisfaction is able to reduce the impact of service quality, price and product quality on customer loyalty.

Keyword : Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR.....	
ABSTRAK.....	
ABSTRACT.....	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Kualitas Layanan	8
2.1.1.1 Indikator Kualitas Layanan	8
2.1.2 Kualitas Produk	9
2.1.2.1 Indikator Kualitas Produk	9
2.1.3 Harga.....	10
2.1.3.1 Indikator Harga.....	11
2.1.4 Loyalitas Nasabah.....	11
2.1.4.1 Indikator Loyalitas Nasabah.....	12
2.1.5 Kepuasan Nasabah.....	13
2.1.5.1 Indikator Kepuasan Nasabah.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran	18

2.4 Hipotesis	19
BAB III METODOLOGI PENULISAN	
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.1.1 Metode Penelitian	25
3.1.2 Variabel Penelitian.....	25
3.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.2 Tahapan Penelitian dan Objek Penelitian	26
3.2.1 Tahapan Penelitian.....	26
3.2.2 Objek Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Sampel.....	27
3.4 Definisi Operasional dan Indikator	27
3.4.1 Teknik Penentuan Jumlah Sampel.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5.1 Data Primer.....	30
3.5.2 Data Sekunder	30
3.5.3 Skala Pengukuran	30
3.5.4 Pengujian Instrumen Penelitian	31
3.6 Operasional Variabel.....	32
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Karakteristik Responden	39
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	40
4.2 Analisis Model Penelitian dengan Metode PLS.....	49
4.2.1 <i>Outer Model</i>	49
4.2.2 <i>Inner Model</i>	55
4.2.3 Hasil Uji Pengaruh Langsung.....	56
4.2.4 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung dan Pemeriksaan Variabel Mediasi	60
4.3 Pembahasan.....	62

4.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	61
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah	62
4.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Nasabah.....	63
4.3.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	63
4.3.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah.....	64
4.3.6 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Nasabah	64
4.3.7 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah	65
4.3.8 Kepuasan Nasabah Mampu Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah	65
4.3.9 Kepuasan Nasabah Mampu Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Nasabah.....	66
4.3.10 Kepuasan Nasabah Mampu Memediasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah	66
BAB V KESIMPULAN.....	
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
REFERENCES	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Customer Service saat melayani nasabah	2
Gambar 1.2 Ruangan transaksi di <i>Video Banking</i>	2
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	17
Gambar 4.1 Hasil Evaluasi Model Pengukuran	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data.....	
Lampiran 2	
Lampiran 3 <i>Convergent Validity</i>	
Lampiran 4 <i>Discriminant Validity</i>	
Lampiran 5 AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	
Lampiran 6 <i>Composite Reliability</i>	
Lampiran 7 <i>R-Square</i>	
Lampiran 8 <i>Bootstrapping PLS</i>	
Lampiran 9 <i>Path Analysis</i>	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional	27
Tabel 3.2 Skala Penilaian <i>Likert</i>	30
Tabel 3.3 Variabel Pernyataan Kualitas Layanan	31
Tabel 3.4 Variabel Pernyataan Kualitas Produk	32
Tabel 3.5 Variabel Pernyataan Harga	33
Tabel 3.6 Variabel Pernyataan Kepuasan Nasabah	34
Tabel 3.7 Variabel Pernyataan Loyalitas Nasabah	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	38
Tabel 4.2 Kriteria Pengukuran Deskripsi Variabel Penelitian	39
Tabel 4.3 Deskripsi Jawab Responden Terhadap Kualitas Layanan	40
Tabel 4.4 Deskripsi Jawab Responden Terhadap Kualitas Produk	42
Tabel 4.5 Deskripsi Jawab Responden Terhadap Harga	44
Tabel 4.6 Deskripsi Jawab Responden Terhadap Kepuasan Nasabah	45
Tabel 4.7 Deskripsi Jawab Responden Terhadap Loyalitas Nasabah	47
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> menggunakan <i>loading factor</i>	49
Tabel 4.9 Nilai <i>Discriminant Validity</i> dari <i>Cross Loadings</i>	51
Tabel 4.10 Hasil uji <i>convergent validity</i> menggunakan AVE	52
Tabel 4.11 Hasil uji <i>convergent validity</i> menggunakan <i>Cronbach's Alpha</i>	53
Tabel 4.12 Hasil uji <i>convergent validity</i> menggunakan <i>Composite reliability</i>	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Nilai <i>Q-Square (Q2)</i>	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Pengaruh Langsung	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung	60