

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEMUDAHAN  
PENGUNAAN YANG DIRASAKAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA  
*MOBILE BANKING* BCA**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh  
Nyoman Dewi Saras Ari Susila  
NIM 1917041209**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA**

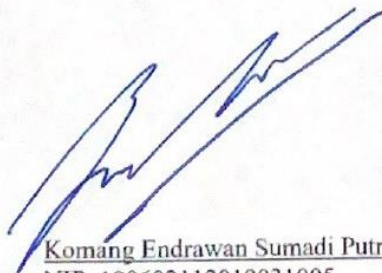
**2023**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN  
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI  
GELAR SARJANA MANAJEMEN**

**Menyetujui**

Pembimbing I,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.  
NIP. 198602112019031005

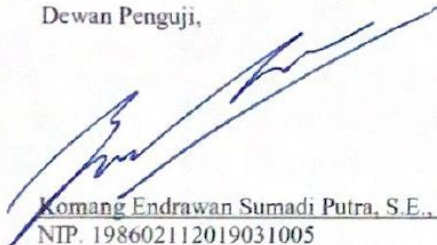
Pembimbing II,



Dr. Idham Khalik, S.E., M.M.  
NIP.196310211986031001

Skripsi oleh Nyoman Dewi Saras Ari Susila ini  
telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 15 Maret 2023

Dewan Penguji,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M  
NIP. 198602112019031005

(Ketua)



Dr. Idham Khalik, S.E., M.M.  
NIP. 196310211986031001

(Anggota)



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.  
NIP. 198309212015041001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 3 Mei 2023

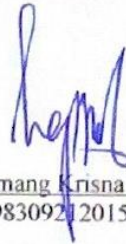
**Mengetahui,**

**Ketua Ujian,**

**Sekretaris Ujian,**



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si  
NIP. 196810291993032001



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M  
NIP. 198309212015041001

**Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ekonomi**



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA  
NIP. 197906162002121003

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna *Mobile Banking* BCA” beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 2 Mei 2023  
Yang



Nyoman Dewi Saras Ari Susila  
1917041209

## PRAKATA

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat, kekuatan, dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna *Mobile Banking* BCA”**.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa adanya usaha dan bantuan baik berupa moral dan spiritual dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E, M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
5. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku Pembimbing I sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang dengan rasa penuh tanggung jawab dan ketegasan dalam memberikan bimbingan, motivasi, serta saran yang bermanfaat bagi penulis sampai akhir penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Idham Khalik, S.E., M.M selaku Pembimbing II dan Dosen dari Universitas Jambi yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam memberikan arahan serta dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya teristimewa, I Nyoman Susila, S.Sos dan Ni Luh Arini serta kedua kakak saya tercinta Gede Hendri Ari Susila, S.Pd., M.Or dan Kadek Roby Pradiknas S.Pd yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. I Kadek Wira Dwipayana yang selalu tulus ikhlas membantu selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini sebagai teman yang selalu mendampingi baik suka maupun duka.
10. Bank Indonesia sekaligus pembina GenBI Bali dan rekan-rekan GenBI Bali tahun 2021 dan 2022 yang telah memberikan kesempatan beasiswa kepada penulis serta pengalaman yang sangat berkesan kepada penulis.
11. Sahabat dan teman-teman penulis yaitu Nirma, Anggun, Nana, Gina, Kak Bina, dan Muliaga atas dukungan, arahan, bantuan dan hiburan kepada penulis selama masa perkuliahan.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 9 Februari 2023

Nyoman Dewi Saras Ari Susila

## DAFTAR ISI

HALAMAN

PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Hasil Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Deskripsi Teoritis.....	9
2.1.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.2.2 Dimensi Citra Merek.....	11
2.1.2.3 Indikator Citra Merek.....	12
2.1.3 Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan.....	12
2.1.3.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan.....	12
2.1.3.2 Dimensi Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan.....	13



2.1.3.3 Indikator Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan . . . . .	13
2.2 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	14
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	22
2.3.1 Hubungan Citra Merek dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3.2 Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	23
2.3.3 Hubungan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	23
2.4 Kerangka Berpikir .....	24
2.5 Hipotesis Penelitian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	26
3.2 Rancangan Penelitian .....	26
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	27
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	27
3.4.1 Populasi Penelitian.....	27
3.4.2 Sampel Penelitian.....	27
3.5 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian .....	28
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data .....	29
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	30
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data .....	33
3.7.1 Uji Asumsi Klasik .....	33
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
3.8 Uji Hipotesis.....	35
3.8.1 Uji F (secara simultan).....	35

3.8.2 Uji t (secara parsial) .....	36
3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Deskripsi Data .....	38
4.1.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	38
4.1.2 Deskripsi Responden Penelitian .....	39
4.2 Pengujian Asumsi .....	40
4.2.1 Uji Asumsi Klasik .....	40
4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
4.3 Pengujian Hipotesis .....	45
4.3.1 Pengaruh Citra Merek ( $X_1$ ) dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....	45
4.3.2 Pengaruh Citra Merek ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....	45
4.3.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....	46
4.3.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	47
4.4.1 Pengaruh Citra Merek dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna <i>Mobile Banking</i> BCA .....	47
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna <i>Mobile Banking</i> BCA .....	48
4.4.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna <i>Mobile Banking</i> BCA .....	49
4.4.4 Keterbatasan Penelitian .....	50
4.5 Implikasi .....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>52</b>

5.1 Rangkuman.....	52
5.2 Simpulan.....	53
5.3 Saran.....	54
DAFTAR RUJUKAN .....	56
LAMPIRAN.....	62



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Studi Empiris dengan Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....	32
Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden.....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolonieritas.....	41
Tabel 4.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji F.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji t.....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Grafik <i>Top Brand Index</i> Kategori <i>Mobile Banking</i> di Indonesia (2019-2022) .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir tentang Pengaruh Citra Merek dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Normal <i>P-plot</i> .....	41
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i> .....	42
Gambar 4.3 Struktur Hubungan Pengaruh Citra Merek ( $X_1$ ) dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).....	43



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Data <i>Top Brand Index</i> (2019-2022).....	63
Lampiran 02. Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 03. Tabulasi Data Responden Sampel Kecil dan Sampel Besar Variabel Citra Merek ( $X_1$ ) dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).....	68
Lampiran 04. Hasil Output SPSS.....	76

