

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI BANK PERKREDITAN RAKYAT LESTARI BALI**

SKRIPSI



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2021

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHII SYARAT-SYARAT UNTUK UJIAN
SKRIPSI**

Menyetujui

Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M
NIP. 1982072920101220003

Pembimbing II,



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502202010121007

Skripsi oleh Gede Feby Suarjaya Putra
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 18 Februari 2021

Dewan Penguji



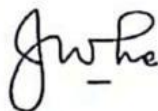
Ni Nvornay Yulianthini, S.E., M.M
NIP.1982072920101220003

(Ketua)



Dr. I Nengah Suapmanayasa, S.E., M.Si
NIP. 198502202010121007

(Anggota)



Drs. Wayan Cipta, M.M.
NIP. 195912311986031019

(Anggota)

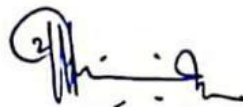
Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 24 Februari 2021

Mengetahui,

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian,



Komang Krishna Hervanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001



Dr. Gede'Adi Yuniarta, S.E.AK., M.Si., CA, CPA,
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Perkreditan Rakyat Lestari Bali" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau 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, 18 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Gede Feby Suarjaya Putra

NIM 1717041227

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan di BPR Lestari Bali”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak, M.Si, 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 dan selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesainya skripsi ini.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I segala ketulusan membimbing dan motivasi selama penyelesaian skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

7. Pihak BPR Lestari Bali yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian, sehingga dapat memperlancar penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan tentang perkuliahan.
9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini



DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	8
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	8
2.1.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	9
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	10
2.2 Kepercayaan Merek.....	10
2.2.1 Pengertian Kepercayaan Merek.....	10
2.2.2 Dimensi Kepercayaan Merek.....	11
2.2.2 Indikator Kepercayaan Merek.....	11
2.3 Nilai Pelanggan.....	12
2.3.1 Pengertian Nilai Pelanggan.....	12

2.3.2 Dimensi Nilai Pelanggan.....	13
2.3.2 Indikator Nilai Pelanggan.....	13
2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	14
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.5.1 Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.5.2 Hubungan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.5.3 Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Nilai Pelanggan	23
2.5.4 Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Nilai Pelanggan	23
2.6 Kerangka Pemikiran	24
2.7 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
3.2 Rancangan Penelitian.....	28
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	28
3.4 Sampel Penelitian	29
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	31
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	31
3.6.2 Pengujian Instrumen Penelitian	32
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	35
3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Deskripsi Data.....	41
4.2 Hasil Penelitian	43

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	47
4.4 Implikasi	52
 BAB V PENUTUP.....	 54
5.1 Rangkuman	54
5.2 Simpulan	55
5.3 Saran	57
 DAFTAR PUSTAKA	 58
LAMPIRAN.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	33
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	33
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	35
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	35
Tabel 3.6 Sumbangan Pengaruh X_1 dan X_2 Terhadap Y	40
Tabel 4.1 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Umur.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.4 <i>Output SPSS</i> Analisis Jalur Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BPR Lestari Bali.....	43
Tabel 4.5 Sumbangan Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	26
Gambar 3.1 Sub Struktur Keseluruhan Pengaruh X_1 terhadap Y	36
Gambar 3.2 Sub Struktur Keseluruhan Pengaruh X_2 terhadap Y	37
Gambar 3.3 Sub Struktur Pengaruh X_1 terhadap X_2	38
Gambar 3.4 Sub Struktur Pengaruh X_1 terhadap Y Melalui X_2	39
Gambar 4.1 Struktur Keseluruhan Kepercayaan Merek dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan BPR Lestari Bali.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1: Data Laba BPR Lestari Bali	61
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian pada BPR Lestari Bali.....	63
Lampiran 3: Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Kecil.....	67
Lampiran 4: Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Besar	69
Lampiran 5: Deskripsi Data Responden	74
Lampiran 6: Hasil <i>Output</i> Perhitungan <i>SPSS 23 for Windows</i> Kepercayaan Merek, Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan	75
Lampiran 7: <i>Ouput</i> Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	80

