

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi pada Bank Syariah)**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**ANANTO DWI ARIS SETIAWAN**  
**B 100150374**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING (Studi pada Bank Syariah).**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**ANANTO DWI ARIS SETIAWAN**

**B 100 150 374**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 26 Agustus 2019  
Pembimbing Utama



**(Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D.)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dr. Syamsudin, S.E., M.M.)**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANANTO DWI ARIS SETIAWAN  
NIR : B 100 150 374  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : **PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Bank Syariah)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 26 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,

**ANANTO DWI ARIS SETIAWAN**

## MOTTO

*“Jika kamu berbuat baik, berarti kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka kerugian kejahatan itu untuk dirimu sendiri.”*

(Q.S. Al Isra' 17:7)

*“Lakukan saja apa yang ingin kamu lakukan, selagi itu baik. Masalah hasil biarkan Allah SWT yang menentukan, yang terpenting kita sudah berusaha.”*

(Penulis)

*“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*

(Q.S Al-Baqarah:286)

*“Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”*

(Q.S. Asy-Syarh 94:8)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur Alhamdulillah penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk :

- Allah SWT, yang selalu memberikan rahmat, hidayah dan nikmat-Nya kepada penulis dan keluarga, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan karya ini. Semoga dapat bermanfaat bagi orang lain dan menjadi amal ibadah bagi penulis.
- Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia dari kegelapan hingga menuju cahaya yang terang benerang dan senantiasa menjadi suri tauladan agar manusia hidup dengan penuh cinta atas rahmat-Nya.
- Kedua orang tua ku tercinta yang telah memberikan kasih sayang yang tiada terhingga dan selalu mendoakan dalam segala hal.
- Kakak dan adikku tericinta yang selalu memberikan dorongan semangat.
- Ibu Soepatini selaku dosen pembimbing saya yang dengan sabar dan selalu memberikan arahan agar terselesaikan skripsi saya, serta asisten dosen yang memberikan bimbingan dan arahan serta memberikan motivasi saya.
- Teman-temanku yang selalu mendukung dan menyemangati dalam segala cobaan yang saya terima.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai *variabel intervening* (studi pada Bank Syariah). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan teknik pengambilan data penelitian melalui kuesioner dengan skala likert. Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan teknik pengambilan sample dengan metode *snowball sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier dengan uji t dan analisis sobel. Hasil menunjukkan bahwa (1) citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (2) kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (3) citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (4) kepuasan konsumen mampu memediasi secara signifikan antara citra merek dengan loyalitas konsumen sehingga hubungan yang terjadi adalah *Full Mediation*.

Kata Kunci : Citra merek, Loyalitas konsumen, Kepuasan konsumen, Bank Syariah.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of brand image on consumer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (study on Islamic banks). This type of research is quantitative research that uses research data collection techniques through a questionnaire with a Likert scale. This study used 100 respondents with a sampling technique with the snowball sampling method. Data analysis method used is linear regression analysis with t test and multiple analysis. The results show that (1) brand image has a significant effect on customer satisfaction (2) customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty (3) brand image has no effect on customer loyalty (4) consumer satisfaction is able to mediate significantly between brand image with consumer loyalty so that the relationship what happens is Full Mediation.*

*Keywords: Brand image, customer loyalty, customer satisfaction, Islamic banks.*

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang tiada henti selalu memberikan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Bank Syariah)”** sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat selesai tanpa ada bimbingan dan bantuan baik secara material maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.M. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi hingga penyelesaian ujian skripsi.



5. Asisten dosen Manajemen yang selalu memberikan respon dan bantuan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak yang telah memberi inspirasi, motivasi, bantuan, bimbingan dan arahan kepada penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Surakarta, Agustus 2019

Penulis

Ananto Dwi Aris Setiawan

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Teori.....	10
1. Peilaku konsumen .....	10
2. Citra merek.....	16

3. Loyalitas .....	18
4. Kepuasan konsumen .....	21
B. Penelitian Terdahulu .....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis .....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	28
1. Variabel Independen .....	28
2. Variabel Dependen.....	29
3. <i>Variable Intervening</i> (Mediasi).....	29
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
D. Jenis dan Sumber Data .....	32
E. Metode Analisis Data .....	34
1. Uji Validitas .....	34
2. Uji Reliabilitas .....	34
3. Uji Asumsi Klasik .....	35
4. Uji Hipotesis.....	36
a. Analisis Regresi .....	36
b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	37
c. Uji F.....	38
d. Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	38
e. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	38

5. Uji Beda ( <i>Independent Sample T-Test</i> ).....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40
A. Karakteristik Responden .....	40
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	40
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	41
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	42
B. Respon Responden Terhadap Variabel .....	43
C. Analisis Data .....	
1. Uji Validitas .....	49
2. Uji Reliabilitas.....	51
3. Uji Asumsi Klasik .....	51
4. Uji Hipotesis.....	54
a. Analisis Regresi.....	54
b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	56
c. Uji F.....	60
d. Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	61
5. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	62
6. Uji Beda ( <i>Independent Sample T-Test</i> ).....	64
7. Pembahasan.....	67

BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN.....	77

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Umur .....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menjadi nasabah .....	43
Tabel 4.7 Respon Responden Terhadap Citra Merek Nasabah Bank Syariah ....	43
Tabel 4.8 Respon Responden Terhadap Citra Merek Nasabah Bank Muamalat Indonesia dan Non BMI .....	44
Tabel 4.9 Respon Responden Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah .....	45
Tabel 4.10 Respon Responden Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia dan non BMI.....	46
Tabel 4.11 Respon Responden Terhadap Kepuasan Konsumen Nasabah Bank Syariah.....	47
Tabel 4.12 Respon Responden Terhadap Kepuasan Konsumen Nasabah Bank Muamalat Indonesia dan non BMI.....	48
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Citra Merek, Loyalitas, dan Kepuasan Konsumen .....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....	52

Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas .....	53
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Persamaan I.....	54
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Persamaan II .....	55
Tabel 4.20 Hasil Uji t Persamaan I .....	56
Tabel 4.21 Hasil Uji t Persamaan II.....	58
Tabel 4.22 Hasil Uji F Persamaan I Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	60
Tabel 4.23 Hasil Uji F Persamaan II Citra Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	62
Tabel 4.24 Hasil Uji Determinasi (R <sup>2</sup> ) Persamaan I Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 4.25 Hasil Uji Determinasi (R <sup>2</sup> ) Persamaan II Citra Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	62
Tabel 4.26 Hasil Uji Analisis Sobel.....	63
Tabel 4.27 Hasil Kualifikasi Variabel Citra Merek Nasabah BMI dan Non BMI	65
Tabel 4.28 Hasil Independen Standart Sample T Test variabel Citra Merek.....	65
Tabel 4.29 Hasil Kualifikasi Variabel Kepuasan Konsumen Nasabah BMI dan Non BMI .....	65
Tabel 4.30 Hasil Independen Standart Sample T Test Variabel Kepuasan Konsumen .....	66
Tabel 4.31 Hasil Kualifikasi Variabel Loyalitas Konsumen Nasabah BMI dan Non BMI .....	66

Tabel 4.32 Hasil Independen Standart Sample T Test Variabel Kepuasan

Konsumen ..... 66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Kerangka Pemikiran analisis jalur.....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

- A. Kuesioner .....
- B. Hasil Kuesioner .....
- C. Hasil Analisis Data .....