

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DI SEKTOR PERBANKAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN
DAN *PERCEIVED VALUE*
(STUDY PADA BANK MNC KANTOR CABANG YOGYAKARTA)**

TESIS

Diajukan Kepada

Program Studi Magister Manajemen

Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Magister dalam Ilmu Manajemen



Oleh:

BUDI DARMAWAN
NIM. P100210045

MAGISTER MANAJEMEN

SEKOLAH PASCASARJANA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2023

NOTA PEMBIMBING

Bpk. Ihwan Susila, SE, M.Si, Ph.D

Dosen Program Magister Manajemen

Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Budi Darmawan

Kepada Yth

Direktur Program Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis Saudara :

Nama	:	Budi Darmawan
NIM	:	P100210045
Program Studi	:	Magister Manajemen
Konsentrasi	:	Manajemen Pemasaran
Usulan Penelitian	:	Pengaruh <i>Service Quality</i> di Sektor Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah yang Dimediasi oleh Kepercayaan dan <i>Perceived Value</i> (Study pada Bank MNC Kantor Cabang Yogyakarta).

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu alaikum wr. wb.

Surakarta, 18 Juli 2023

Pembimbing,



Bpk. Ihwan Susila, SE, M.Si, Ph.D

NOTA PEMBIMBING

Bpk. Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D

Dosen Program Magister Manajemen
Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Budi Darmawan

Kepada Yth

Direktur Program Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis Saudara :

Nama	: Budi Darmawan
NIM	: P100210045
Program Studi	: Magister Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Usulan	: Pengaruh <i>Service Quality</i> di Sektor Perbankan terhadap
Penelitian	Kepuasan Nasabah yang Dimediasi oleh Kepercayaan dan <i>Perceived Value</i> (Study pada Bank MNC Kantor Cabang Yogyakarta).

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu alaikum wr. wb.

Surakarta, 18 Juli 2023

Pembimbing,



Bpk. Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D

PENGARUH SERVICE QUALITY DI SEKTOR PERBANKAN TERHADAP
KEPUASAAN NASABAH YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN
DAN PERCEIVED VALUE (STUDY PADA BANK MNC KANTOR CABANG
YOGYAKARTA)

TESIS

Oleh

BUDI DARMAWAN
NIM : P100210045

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji

Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.
NIDN : 0613097001

Anggota

Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.
NIDN : 0620107201

Anggota

Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D.
NIDN : 0619077301

Telah dipertahankan di hadapan tim penguji dan telah memenuhi syarat kelulusan
Pada tanggal 7 Agustus 2023

Direktur Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta


Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D.
NIDN : 0605056501

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Budi Darmawan
Nim : P100210045
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Bisnis dan Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Service Quality* di Sektor Perbankan terhadap
Kepuasan Nasabah yang Dimediasi oleh Kepercayaan dan
Perceived Value (Study pada Bank MNC Kantor Cabang
Yogyakarta).

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti tesis ini jiplakan, gelar yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 18 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Budi Darmawan

P100210045

MOTTO

“Masa depan adalah milik mereka yang percaya pada impiannya”

PERSEMBAHAN

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

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, hidayah dan nikmat-Nya kepada penulis dan keluarga, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan karya ini.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia dari zaman kegelapan hingga menuju zaman yang terang benderang dan senantiasa menjadi suri tauladan agar manusia hidup dengan penuh cinta atas rahmat-Nya.
3. Keluarga besar saya, terutama untuk istri saya Nitra dan anak-anak saya Nindi, Selyn, Eza yang telah memberikan dukungan dan semangatnya untuk saya sehingga karya tesis ini bisa terselesaikan.
4. Bpk Ihwan Susila, SE, M.Si, Ph.D dan Bpk Kussudyarsana, S.E, M.Si, Ph.D selaku Dosen Pembimbing tesis yang dengan sabar telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta arahan selama proses penulisan tesis hingga penyelesaian ujian tesis saya. Semoga ilmu yang diberikan ketika membimbing bisa saya amalkan dan bahagia selalu untuk beliau.

Abstrak

Mengingat pentingnya industri perbankan, tujuan penelitian ini untuk melihat *service quality* dengan menggunakan variabel empati, kemampuan, kehandalan, jaminan dan layanan digital banking terhadap kepuasan nasabah yang dimediasi oleh variabel kepercayaan dan nilai pelayanan. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan 100 sampel *respondent* melalui penyebaran kuesioner. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS.4 dan dilakukan analisis deskriptif terhadap data hasil pengujian. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan kemampuan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah, kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan layanan *banking service* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel mediasi bahwa Empati positif signifikan terhadap kepercayaan, kemampuan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan, variabel kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan sedangkan variabel jaminan berpengaruh positif tidak signifikan dan layanan banking service berpengaruh positif signifikan. Empati berpengaruh positif signifikan terhadap nilai pelayanan, kemampuan sedangkan kemampuan berpengaruh negatif terhadap nilai pelayanan, kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai pelayanan, jaminan berpengaruh negatif dan layanan banking service berpengaruh positif signifikan. Penelitian ini diharapkan sebagai masukan bagi lembaga bank MNC Yogyakarta untuk mempehatikan *service quality* dengan baik dan peneliti selanjutnya dapat dikembangkan serta dijadikan saran perbaikan di manajemen pemasaran.

Kata Kunci: *service quality*, kepercayaan, nilai pelayanan: kepuasan nasabah

Abstract

Given the importance of the banking industry, the purpose of this study was to look at service quality by using the variables of empathy, capability, reliability, assurance and digital banking services on customer satisfaction which is mediated by the variables of trust and service value. This research is quantitative by using a sample of 100 respondents through the distribution of kousiner. Data were analyzed using SmartPLS.4 software and a descriptive analysis was performed on the test results. The results of the hypothesis test show that empathy has a significant positive effect on customer satisfaction while ability has a significant negatif effect on customer satisfaction, reliability has a positive effect on customer satisfaction, assurance has a positive and significant effect on customer satisfaction and banking service has a significant positive effect on customer satisfaction. whereas in the mediation variable that Empathy has a significant positive effect on trust, ability has a significant positive effect on trust, the reliability variable has a significant positive effect on trust while the assurance variable has an insignificant positive effect and banking services has a significant positive effect. Empathy has a significant positive effect on service value, ability while ability has a negatif effect on service value, reliability has a significant positive effect on service value, assurance has a negatif effect and banking service has a significant positive effect. This research is expected to serve as input for MNC Yogyakarta bank institutions to pay attention to service quality properly and further research can be developed and used as suggestions for improvements in marketing management.

Keywords: Service quality, trust, service value: customer satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PEMBIMBING	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
B. Hipotesis.....	20
C. Kerangka Berpikir	31
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Pendekatan Penelitian	34
B. Populasi, Sampel, dan Pengumpulan Data.....	34
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
D. Analisis Data	41
E. Outer Model	42

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
	A. Deskripsi Jawaban Responden.....	49
	B. Model Pengukuran / Outer Model	50
	C. Pembahasan.....	63
BAB V	PENUTUP.....	77
	A. Kesimpulan	77
	B. Keterbatasan Penelitian.....	78
	C. Saran.....	78
	DAFTAR PUSTAKA	80
	LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu / Literature Review	32
Tabel 3.1	Variabel Penelitian	41
Tabel 4.1	Statistik Deskriptif.....	49
Tabel 4.2	Uji <i>Validity Discriminant</i>	51
Tabel 4.3	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	52
Tabel 4.4	Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	53
Tabel 4.5	Uji <i>Composite Reliability</i>	54
Tabel 4.6	Uji <i>R Square</i>	56
Tabel 4.7	Hasil Analisis NFT.....	57
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>F Square</i>	58
Tabel 4.9	<i>Path Coeficients (Direct Effect)</i>	58
Tabel 4.10	<i>Specifict Indirect Effect</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Bank MNC Cabang Yogyakarta.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	31
Gambar 4.1 Outer Model.....	51
Gambar 4.2 Inner Model.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2.	Hasil Olah Data	92
Lampiran 3.	Hasil Turnitin.....	96