

**PENGARUH LAYANAN *MOBILE BANKING*, KUALITAS  
PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER  
LOYALTY* DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING* PADA BANK XYZ**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Manajemen**



**SARI RIYANI**

**2221021042**


**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sari Riyani

NIM : 2221021042

Tanda Tangan : 

Tanggal : 1 Agustus 2024

## HALAMAN PENGESAHAN


Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Sari Riyani  
NIM : 2221021042  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Pengaruh Layanan *Mobile Banking*, Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Brand Trust* sebagai Variabel Intervening pada Bank XYZ.


**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie**

### DEWAN PENGUJI


Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.

Tanda Tangan : 

Penguji 1 : Muchsin Saggaff Shihab, SE., M.Sc., MBA., Ph.D

Tanda Tangan :   
Muchsin

Penguji 2 : Dr. Jerry Heikal, ST, MM

Tanda Tangan : 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 1 Agustus 2024

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar MM Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., CICS, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tesis ini. Selain itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Muchsin Saggaff Shihab, SE., M.Sc., MBA., Ph.D dan Bapak Dr. Jerry Heikal, ST, MM atas bantuan teknis yang mereka berikan selama penelitian saya.
- 2) Suami dan Anak serta Orang Tua saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
- 3) Pihak Bank XYZ yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan.
- 4) Serta para sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan Tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 1 Agustus 2024

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sari Riyani

NIM : 2221021042

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Pengaruh Layanan *Mobile Banking*, Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Brand Trust* sebagai Variabel Intervening pada Bank XYZ.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Layanan *Mobile Banking*, Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening Pada Bank XYZ** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 1 Agustus 2024

Yang menyatakan



Sari Riyani

**Pengaruh Layanan *Mobile Banking*, Kualitas Produk Dan *Brand Image*  
Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel  
*Intervening* Pada Bank XYZ**

**Sari Riyani**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Layanan *Mobile Banking*, Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap loyalitas nasabah Bank XYZ dengan *Brand Trust* sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini juga mengevaluasi peran *Brand Trust* sebagai variabel *intervening* dalam hubungan ketiga variabel independen dan loyalitas nasabah. Pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory* digunakan dalam penelitian ini, dimana data dikumpulkan melalui kuesioner dari 200 sampel Bank XYZ. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan *software Smart PLS* versi 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Layanan *Mobile Banking*, Kualitas Produk dan *Brand Image* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Trust*. *Brand Trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Selanjutnya, *Brand Trust* bertindak sebagai variabel mediasi penting dalam hubungan antara *Mobile Banking*, Kualitas Produk, *Brand Image* dan Loyalitas Nasabah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan *Mobile Banking*, Kualitas Produk dan *Brand Image* akan meningkatkan *Brand Trust*, yang pada akhirnya akan meningkatkan Loyalitas Nasabah.

Kata Kunci : Layanan *Mobile Banking*, Kualitas Produk, *Brand Image*, *Brand Trust*, Loyalitas, Bank XYZ.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	12
1.4. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN</b>	
2.1. Deskripsi Objek.....	14
2.1.1. Sejarah Singkat Bannk XYZ.....	14
2.1.2. Visi dan Misi Bank XYZ .....	14
2.1.3. Struktur Organisasi .....	15
2.1.4. Produk dan Layanan.....	15
2.2. Deskripsi Industri .....	16
2.3. Deskripsi <i>Customer</i> .....	17
2.4. Deskripsi pesaing .....	19
<b>BAB III. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR</b>	
3.1. Definisi Konsep.....	20
3.2. Telaah Teori Yang Relevan .....	20
3.2.1. Layanan <i>Mobile Banking</i> .....	20

3.2.1.1.Kualitas Layanan .....	20
3.2.1.2. <i>Mobile Banking</i> .....	21
3.2.1.3.Dimensi Layanan <i>Mobile Banking</i> .....	22
3.2.2. Kualitas Produk.....	23
3.2.2.1. Definisi .....	23
3.2.2.2.Dimensi kualitas produk .....	24
3.2.3. <i>Brand Image</i> .....	27
3.2.3.1. Definisi .....	27
3.2.3.2. Peran merek .....	29
3.2.3.3. Dimensi <i>Brand Image</i> .....	30
3.2.4. Loyalitas .....	31
3.2.4.1.Definisi .....	31
3.2.4.2.Indikator Loyalitas .....	33
3.2.5. <i>Brand Trust</i> .....	34
3.2.6. Penelitian Terdahulu .....	36
3.3. Kerangka Pikiran .....	59
3.4. Hipotesis .....	61

#### **BAB IV. METODOLOGI**

4.1. Obyek Studi .....	63
4.2. Metode yang digunakan .....	63
4.3. Teknik Sampling .....	64
4.3.1. Populasi .....	64
4.3.2. Sampel .....	65
4.4. Operasionalisasi Variabel .....	67
4.5. Teknik Analisis .....	75
4.6. Instrumen.....	80

#### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1.Hasil Penelitian .....	81
5.1.1. Deskripsi Responden .....	81
5.1.2. Deskripsi analisis data .....	85



5.1.2.1. Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	85
5.1.2.2. Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	92
5.1.2.3. Hasil Uji Hipotesis.....	95
5.2. Pembahasan .....	103
5.2.1. Pengaruh Layana <i>Mobile Banking</i> Terhadap <i>Brand Trust</i> .....	103
5.2.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Trust</i> .....	104
5.2.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand trust</i> .....	105
5.2.4. Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Loyalitas.....	106
5.2.5. Pengaruh Layana Kualitas Produk Terhadap Loyalitas.....	107
5.2.6. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas .....	108
5.2.7. Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas.....	109
5.2.8. <i>Brand Trust</i> Memediasi Layanan <i>Mobile banking</i> terhadap Loyalitas .....	111
5.2.9. <i>Brand Trust</i> Memediasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas .....	113
5.2.10. <i>Brand Trust</i> Memediasi <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas .....	114

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1. Kesimpulan.....	116
6.2.Saran .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	120
<b>LAMPIRAN</b> .....	129

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 4.1. Jumlah Nasabah Bank XYZ Januari 2024.....	65
Tabel 4.2. Variabel Operasional.....	68
Tabel 4.3. Kategori penentu R <i>Square</i> .....	78
Tabel 4.4. Kategori f <i>Square</i> .....	79
Tabel 5.1. Responden berdasarkan Jenis kelamin .....	81
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia .....	82
Tabel 5.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Pendapatan .....	83
Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	84
Tabel 5.6 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	87
Tabel 5.7. <i>Discriminant Validity</i> .....	88
Tabel 5.8 <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i> .....	90
Tabel 5.9 <i>Construct Reliability &amp; Validity</i> .....	91
Tabel 5.10 <i>R Kuadrat</i> .....	92
Tabel 5.11 Tabel F square ( <i>effect size</i> ) .....	94
Table 5.12 <i>Construct Crossvalidated Redundancy</i> .....	95
Tabel 5.13 Hasil <i>Path Coefficient</i> .....	97
Table 5.14 <i>Specific Indirect Effects</i> .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia per Bulan (Januari 2018-April 2023).....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Jumlah Nasabah Tahun 2019 – 2023 .....	7
Gambar 1.3 Hasil Pra-Survey pada Nasabah Bank XYZ.....	9
Gambar 3.1. Kerangka Berfikir .....	61
Gambar 5.1 Tampilan Output Uji Model Pengukuran .....	86
Gambar 5.2 Diagram path <i>bootstrapping</i> .....	96