

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN  
KEPUASAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS  
PADA BANK MANDIRI PRIORITAS PADANG**

**TESIS**



Disusun Oleh :

**AYU PRASASTI**  
**12 20522 021**

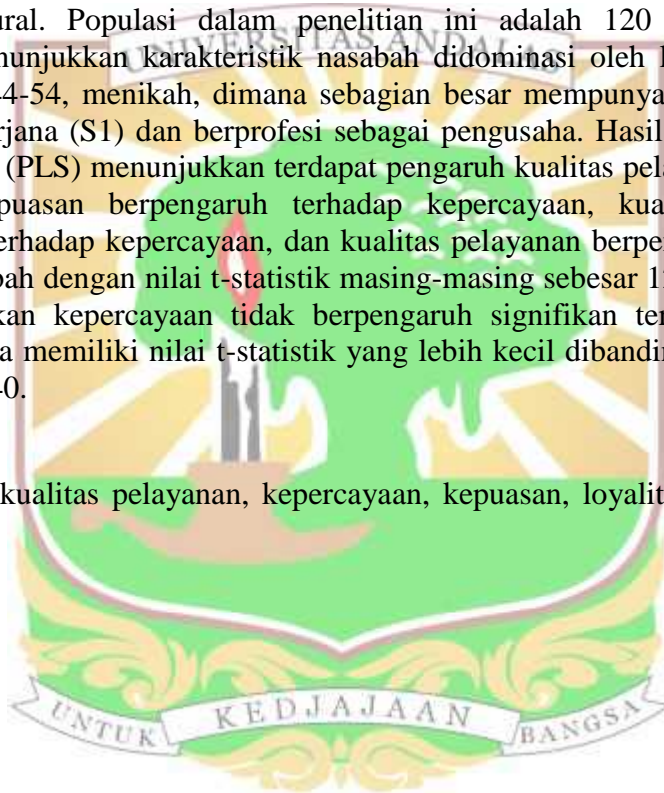
Pembimbing : **Dr. Yuliharsi, SE, MBA**

**PROGRAM STUDI S2 MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
JULI 2017**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas, yang diukur dengan menggunakan metode SEM dengan *Software Smart PLS 2.0* sebagai teknik analisis data. Uji validitas konstruk dengan *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite validity*. Uji reabilitas konstruk diukur dengan *composite reliability* dan *cronbach alpha*, dimana konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0.70. Pengujian model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-Square yang merupakan uji goodness-fit model, nilai koefisien path atau t-value tiap path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Populasi dalam penelitian ini adalah 120 nasabah. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik nasabah didominasi oleh laki-laki dengan rentang usia 44-54, menikah, dimana sebagian besar mempunyai latar belakang pendidikan sarjana (S1) dan berprofesi sebagai pengusaha. Hasil analisis *Partial Least Squares* (PLS) menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh terhadap kepercayaan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t-statistik masing-masing sebesar 12.09, 3.13, 2.69, 4.47. Sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah karena memiliki nilai t-statistik yang lebih kecil dibandingkan dengan t-tabel yakni 1.40.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan, loyalitas, *partial least square*.



## ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service quality, trust and satisfaction on loyalty, as measured by using SEM method with Smart Software PLS 2.0 as data analysis technique. Test the validity of constructs with convergent validity, discriminant validity, and composite validity. The reactability test is measured by composite reability and cronbach alpha, where the contrast is declared realible if the composite reability or cronbach alpha value is above 0.70. Structural model testing is done by looking at R-Square value which is goodness-fit model, path or t-value coefficient value of each path for significance test between construct in structural model. The population in this study is 120 customers. The results showed that the characteristics of customers dominated by men with the age range 44-54, married, where most have a background of undergraduate education (S1) and work as entrepreneurs. The result of Partial Least Square Analysis (PLS) shows that there is influence of service quality to satisfaction, satisfaction influence to trust, service quality influence to trust, and service quality influence to customer loyalty with t-statistic value respectively 12.09, 3.13, 2.69, 4.47. While the trust has no significant effect on customer loyalty because it has a smaller t-statistics compared with t-table that is 1.40.

Keywords: service quality, trust, satisfaction, loyalty, partial least square.

