

**PERAN NILAI NASABAH, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS
PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP *WORD OF
MOUTH* DAN PENGARUHNYA DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN NASABAH PADA PT BPR
BANK BOYOLALI (PERSERODA)**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Progdii Magister Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) “AUB” Surakarta



Oleh:

**TRI HENDRA SETIAWAN
2019015186**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) “AUB”
SURAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Hendra Setiawan

NIM : 2019 015 186

Judul Penelitian : Peran Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap *Word Of Mouth* Dan Pengaruhnya Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan thesis ini hasil jiplakan, melanggar norma dan kaidah-kaidah akademik, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh STIE AUB Surakarta yang saya terima, sewaktu-waktu dapat dicabut atau ditinjau kembali.

Surakarta, Juni 2021

Pembuat Pernyataan,

Tri Hendra Setiawan

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Tri Hendra Setiawan
NIM : 2019 015 186
Program : Pascasarjana
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Penelitian : Peran Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap *Word Of Mouth* Dan Pengaruhnya Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda
Dosen Pembimbing : Dr. Agus Utomo

Surakarta, Juni 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing

Dr. Agus Utomo

MOTTO

" Jadikan Kepuasan Pelanggan Sebagai Modal Dasar
Menciptakan Produk Bermutu Tinggi"

PERSEMBAHAN

Rasa syukur dan terimakasih kupersembahkan dalam karya ini kepada kepada (alm) Ayahanda dan Ibunda, ketulusanya dari hati atas doa yang tak pernah putus, Istri tercinta atas semangat yang tak ternilai. Serta Untuk anak anak dan Orang-Orang Terdekat Yang Tersayang, serta teman teman seperjuangan MM –AUB Surakarta dan Untuk Almamater Kebanggaanku

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Peran Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap *Word Of Mouth* Dan Pengaruhnya Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda)”

Tesis ini merupakan salah satu syarat untuk dapat dinyatakan lulus program studi Magister Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) AUB Surakarta. Pada kesempatan ini pula peneliti mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Agus Utomo, selaku ketua STIE AUB Surakarta dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi dalam penulisan tesis.
2. Dr. Siti Fatonah, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen STIE AUB Surakarta.
3. Seluruh dosen pengajar Program Magister Manajemen STIE AUB Surakarta yang telah sudi berbagi ilmu, sehingga membuka cakrawala dan wawasan dalam konsep berfikir, semoga ilmu tersebut kelak dapat dipergunakan sebaik-baiknya.
4. Rekan-rekan seperjuangan yang telah banyak membantu dan memberi semangat penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini;

5. Keluargaku yang banyak memberikan dorongan, doa, semangat dan andil dalam kehidupan serta rela mengorbankan waktu dan materi selama mengikuti pendidikan pasca sarjana;

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa substansi tesis ini masih ada keterbatasan, sehingga kritik dan saran demi kesempurnaan tesis ini sangat diharapkan. Semoga setitik karya ini dapat bermanfaat.

Surakarta, Juni 2021

Tri Hendra Setiawan

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung Peran Nilai Nasabah, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap *Word Of Mouth* Dan Pengaruhnya Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis digunakan uji validitas dan uji reliabilitas, analisis jalur, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Uji t menunjukkan nilai nasabah dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan, sedangkan nilai nasabah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *word of mouth*, citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan, kepercayaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan sedangkan kepuasan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *word of mouth*. Hasil uji secara serempak (Uji F) menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama bebas berpengaruh secara signifikan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Nilai R^2 square total sebesar 0,9932 yang artinya variabel *word of mouth* PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). dijelaskan oleh variabel bebas sebesar 99.32% dan sisanya sebesar 0,68% dijelaskan faktor lain diluar model penelitian, misalnya brand merk, promosi. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa jalur langsung kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* merupakan jalur yang paling dominan atau efektif untuk meningkatkan *word of mouth* PT BPR Bank Boyolali

Kata kunci : nilai nasabah, citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepercayaan, *word of mouth*,kepuasan nasabah

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the direct and indirect influence of the role of customer value, corporate image, service quality, and trust on word of mouth and its influence in increasing customer satisfaction at PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). Collecting data using a questionnaire. The analytical method used is validity and reliability test, path analysis, t test, F test, and coefficient of determination test. The sample in this study were customers at PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). The t test shows that customer value and company image have a positive and significant effect on satisfaction, while service quality has a negative and insignificant effect on satisfaction and trust has a positive and insignificant effect on satisfaction, while customer value has no significant positive effect on word of mouth, company image and quality. service has a positive and significant effect, trust has a negative but not significant effect, while satisfaction has a negative and insignificant effect on word of mouth. Simultaneous test results (F test) show that simultaneously or jointly freely significantly influence word of mouth through the satisfaction of PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). The total value of R2 square is 0.9932, which means that the word of mouth variable is PT BPR Bank Boyolali (Perseroda). explained by the independent variable of 99.32% and the remaining 0.68% explained by other factors outside the research model, such as brands, promotions. The results of the path analysis show that the direct line of service quality to word of mouth is the most dominant or effective way to improve word of mouth PT BPR Bank Boyolali

Keywords: customer value, company image, service quality, trust, word of mouth, customer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	16
B. Penelitian Terdahulu	47
C. Hubungan Antar Variabel	55

D. Kerangka Konseptual	62
E. Hipotesis.....	63
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian.....	65
B. Lokasi dan Obyek Penelitian	67
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	67
D. Populasi dan Sampel	72
E. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	74
F. Teknik Analisa Data.....	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Responden.....	84
B. Hasil dan Pembahasan.....	88
C. Implikasi Manajerial	115
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	127
B. Keterbatasan Penelitian	128
C. Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Mapping Penelitian Terdahulu	47
Tabel III.1 Interpretasi koefisien korelasi nilai r.....	79
Tabel IV.1 Identitas responden berdasarkan jenis kelamin	85
Tabel IV.2 Identitas responden berdasarkan umur	85
Tabel IV.3 Identitas responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	86
Tabel IV.4 Identitas responden berdasarkan penghasilan.....	87
Tabel IV.4 Korelasi item pernyataan terhadap nilai nasabah	88
Tabel IV.5 Korelasi item pernyataan terhadap citra perusahaan	89
Tabel IV.6 Korelasi item pernyataan terhadap kualitas pelayanan.....	90
Tabel IV.7 Korelasi item pernyataan terhadap kepercayaan	91
Tabel IV.7 Korelasi item pernyataan terhadap kepuasan.....	92
Tabel IV.8 Korelasi item pernyataan terhadap <i>word of mouth</i>	93
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	94
Tabel IV.10 Hasil Uji Linieritas.....	95
Tabel IV.11 Hasil Analisis Jalur Persamaan 1	96
Tabel IV.12 Hasil Analisis Jalur Persamaan 2.....	98
Tabel IV.13 Hasil Uji t.....	100
Tabel IV.14 Hasil Uji F Persamaan 1	102
Tabel IV.15 Hasil Uji F Persamaan 2	103
Tabel IV.16 Hasil Koefisien determinasi persamaan 1.....	104
Tabel IV.17 Hasil Koefisien determinasi persamaan 2.....	105
Tabel IV.18 Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	106

Tabel IV.19 Hasil Koefisien Jalur.....	109
Tabel IV.20 Hasil Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Penelitian.....	64
Gambar III.1Desain Penelitian.....	67
Gambar IV.1 Hasil Analisa Jalur	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi dan Hasil Olah Data