

ABSTRAK

Perbankan perlu menyusun strategi untuk meningkatkan kepercayaan dan keterikatan sehingga berdampak pada loyalitas nasabah. Ketika bank memiliki konsumen loyal maka produk atau layanan baru yang dikeluarkan akan lebih mudah diterima oleh nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji Pengaruh Kepercayaan pada Niat Loyalitas Merek: Keterikatan Konsumen sebagai Variabel mediasi (Studi Pada: Nasabah bank Swasta). Sampel yang digunakan yaitu 333 responden. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kepercayaan pada niat loyalitas merek yang dimediasi oleh keterikatan konsumen sebagai variabel mediasi.

Kata kunci: Kepercayaan, Keterikatan, Niat Loyalitas Merek



ABSTRACT

Banks need to develop strategies to increase trust and engagement so that they have an impact on customer loyalty intentions. When a bank has loyal customers, the new products or services offered will be more easily accepted by the customer. This study aims to examine and explain the influence of trust on brand loyalty intentions: consumer engagement as a mediating variable (study on: private bank customers). The sample used was 333 respondents. The results showed the influence of trust on brand loyalty intentions mediated by consumer engagement as a mediating variable.

Keywords: *Trustworthiness, Consumer Engagement, Brand Loyalty Intention*



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kontribusi Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI	6
2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	6
2.1.2 Model perilaku Konsumen (Organism-Response).....	7
2.1.3 <i>Trustworthiness</i>	11
2.1.4 <i>Customer Engagement</i>	13
2.1.5 Niat Loyalitas Merek	16
2.2 Rerangka Teoritis.....	18
2.3 Rerangka Pemikiran.....	19
2.4 Pengembangan Hipotesis dan Hipotesis	20
2.4.1 Pengaruh Kepercayaan pada Keterkaitan konsumen.....	20
2.4.2 Pengaruh Keterikatan Konsumen pada Niat Loyalitas Merek .	20
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan pada Niat Loyalitas Merek yang dimediasi oleh Keterikatan Konsumen	21
2.5 Model penelitian	21
2.6 Riset Empiris	22

BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel, Metode Pengambilan Sampel, dan Ukuran	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel.....	30
3.2.3 Teknik Pengumpulan Sampel.....	30
3.2.4 Ukuran Sampel.....	31
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Uji pendahuluan.....	36
3.5.1 Uji Validitas.....	36
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.5.3 Uji Normalitas.....	40
3.5.4 Uji Heteroskedastisitas	41
3.5.5 Uji Multikoleneritas.....	42
3.6 Metode Analisa Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	44
4.1 Hasil penelitian	44
4.1.1 Profil Responden	44
4.2 Hasil Uji Hipotesis.....	46
4.2.1 Hipotesis Penelitian 1: terdapat pengaruh kepercayaan pada keterkaitan konsumen	46
4.2.2 Hipotesis Penelitian 2: terdapat pengaruh keterikatan konsumen pada niat loyalitas merek	47
4.2.3 Hipotesis Penelitian 3: terdapat pengaruh kepercayaan pada niat loyalitas merek yang dimediasi oleh keterikatan konsumen	48
4.2.4 Ringkasan Hasil Penelitian.....	49
4.3 Pembahasan	49
4.4 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	52
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Keterbatasan penelitian.....	53
5.3 Implikasi Manajerial.....	53
5.4 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	58
CURRICULUM VITAE.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	18
Gambar 2.2 Rerangka Teori	19
Gambar 2.3 Gambar Model Penelitian.....	21
Gambar 4.1 Ringkasan Hasil Penelitian.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Riset Empiris	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	32
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas	37
Tabel 3.3	Uji Reabilitas.....	39
Tabel 3.4	Hasil Uji Normalitas.....	40
Tabel 3.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Tabel 3.6	Hasil Uji Multikoleneritas.....	42
Tabel 4.1	Responden yang Menjadi Nasabah bank Swasta	44
Tabel 4.2	Menggunakan Bank Swasta	45
Tabel 4.3	Nama Bank Swasta.....	45
Tabel 4.4	Hasil Uji Hipotesis 1	48
Tabel 4.5	Hasil Uji Hipotesis 2	49
Tabel 4.6	Perbandingan Hasil Riset Empiris	53