

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Sinuhaji, Eky Supriandi

2024

Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BPR Pijer Podi Kekelengan Sukamakmur

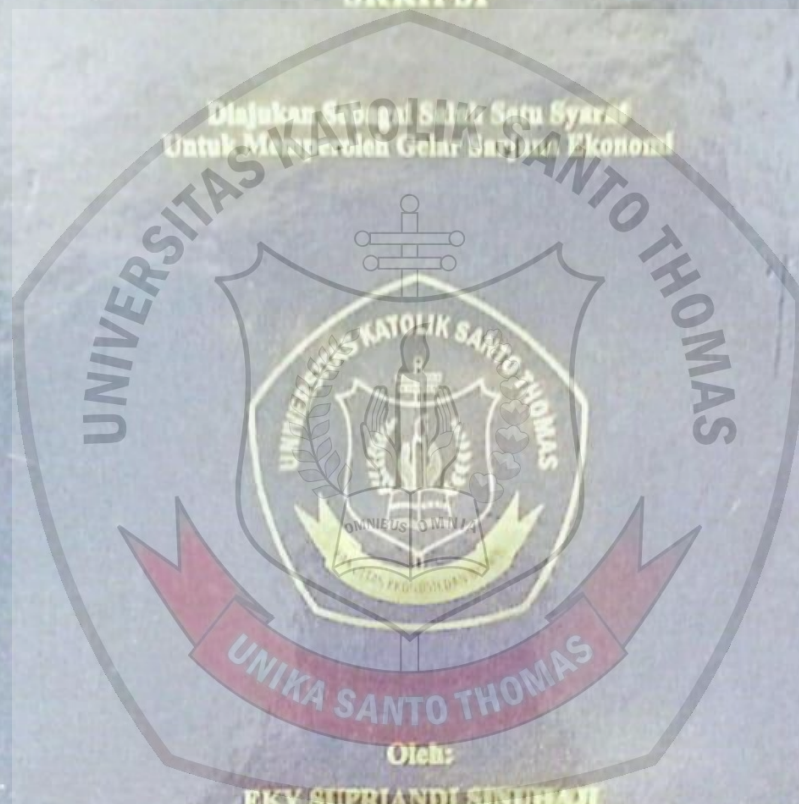
<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/243>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PT BPR PIJER PODI
KEKELENGEN SUKAMAKMUR**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

EKY SUPRIANDI SINDHAM

NPM : 200110192

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2024**

**PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PT BPR PIJER PODI
KEKELENGEN SUKAMAKMUR**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh

EKY SUPRIANDI SINUHAJI

NPM: 200110192

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2024**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PT BPR PLIER PODI
KEKELENGEN SUKAMAKMUR**

EKY SUPRIANDI SINUHAJI
NPM: 280110192



Disahkan Oleh
Ketua Program Studi

Disetujui Oleh
Pembimbing



Dr. Miska Irani Tarigan, MM
NIDN : 0108108002


Peran Simanihuruk, SE, M.Si
NIDN : 0109016601

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PT BPR PIJER PODI
KEKELENGEN SUKAMAKMUR

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 31 Oktober 2024

Penguji I



Dr. Elizabeth Haloho
NIDN: 0126047501

Penguji II



Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN: 0128106501

Ketua Penguji



Peran Simanihuruk, SE, M.Si
NIDN : 0109016601

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Kornel Munthe, SE, M.Si
NIDN : 0130096702

Ketua Program Studi



Dr. Miska Irani Tarigan, MM
NIDN : 0108108002

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eky Supriandi Sinuhaji

NPM : 200110192

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : Strata Satu

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas

Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening

Pada PT. BPR Pijer Podi Kekelengen Sukamakmur

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan,
Peneliti,

Eky Supriandi Sinuhaji

NPM: 200110192

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas

1. Nama : Eky Supriandi Sinuhaji
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki
3. Tempat/Tanggal Lahir : Ajimbelang, 28 April 2002
4. Agama : Protestan
5. Nama Ayah : Daulat Sinuhaji
6. Nama Ibu : Sada Riana Br Pandia
7. Alamat Orangtua : Desa Ajibuhara Kecamatan Tigapanah
8. Alamat Penulis : Jl. Melati Raya, GG. Anyelir, No 99 A
9. Nomor HP/WA : 082273282274

II. Riwayat Pendidikan

1. 2008 - 2014 : SD N 040529 Ajibuhara
2. 2014 - 2017 : SMP N 2 Berastagi
3. 2017 – 2020 : SMA SWASTA BERSAMA Berastagi
4. 2020 – 2024 : Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dari

Universitas Katolik Santo Thomas Medan

ABSTRAK

EKY SUPRIANDI SINUHAJI, 2001100192, 2024, PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT BPR PIJER PODI KEKELENGEN SUKAMAKMUR

Pembimbing: P.simanihuruk SE.,M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada PT BPR PIJER PODI KEKELENGEN SUKAMAKMUR. pengumpulan data digunakan dengan jumlah sampel 98 responden. Data yang terkumpul bersifat kuantitatif dan akan dianalisis menggunakan rumus rumus yang ada dibantu dengan *software* smart pls 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi secara parsial tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas ini terbukti dari T-stistik sebesar 0.029 lebih kecil dari 1.96. dengan nilai p-value sebesar 0.488 lebih besar dari 0.05. promosi secara positif berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah terbukti dari T-statistik 2.002 > 1.96 dengan nilai P-value sebesar 0.023 < 0.05. kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas Terlihat dari hasil pengolahan data terdapat nilai T-statistik sebesar 2.972 > 1.96 dengan nilai P-value sebesar 0.001 < 0.05. kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah terlihat dari nilai dan hasil pengolahan data terdapat nilai T-statistik sebesar 9.376 > 1.96 dengan nilai P-value sebesar 0.000 < 0.05. kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Terlihat dari pengolahan data terdapat nilai T-statistik sebesar 5.302 > 1.96 dengan nilai P-value sebesar 0.000 < 0.05. promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. terlihat dari hasil dari pengolahan data terdapat nilai T-statistik sebesar 1.747 > 1.96 dengan nilai P-value sebesar 0.040 < 0.05. kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening, terlihat dari hasil dari pengolahan data terdapat nilai T-statistik sebesar 4.712 > 1.96 dengan nilai P-value sebesar 0.000 < 0.05. dilihat dari hasil pengolahan data r Square maka dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh loyalitas sebesar 57.1% sedangkan 42.9 % dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diketahui pada penelitian ini. dan besarnya pengaruh kepuasan nasabah sebesar 52.6% sedangkan 47.4% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diketahui pada penelitian ini.

Kata kunci: Promosi, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

EKY SUPRIANDI SINUHAJI, 2001100192, 2024, THE EFFECT OF PROMOTION AND TRUST ON LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT PT BPR PIJER PODI KEKELENGEN SUKAMAKMUR

Supervisor: P.simanihuruk SE.,M.Si

This study aims to analyze the effect of promotion and trust on loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at PT BPR PIJER PODI KEKELENGEN SUKAMAKMUR. Data collection was used with a sample size of 98 respondents. The collected data is quantitative and will be analyzed using existing formulas assisted by smart pls 4 software. The results of the study indicate that partial promotion does not have a positive and significant effect on loyalty, this is evident from the T-statistic of 0.029, which is smaller than 1.96. with a p-value of 0.488, which is greater than 0.05. Promotion has a positive effect on customer satisfaction, as evidenced by the T-statistic of 2.002 > 1.96 with a P-value of 0.023 <0.05. Trust has a partial positive effect on loyalty. It can be seen from the results of data processing that there is a T-statistic value of 2.972 > 1.96 with a P-value of 0.001 <0.05. Trust has a partial positive effect on customer satisfaction, as evidenced by the value and results of data processing that there is a T-statistic value of 9.376 > 1.96 with a P-value of 0.000 <0.05. Satisfaction Customers have a positive and significant effect on loyalty. Seen from the data processing there is a T-statistic value of 5.302 > 1.96 with a P-value of 0.000 <0.05. Promotion has a positive and significant effect on loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. Seen from the results of data processing there is a T-statistic value of 1.747 > 1.96 with a P-value of 0.040 <0.05. Trust has a positive and significant effect on loyalty with customer satisfaction as an intervening variable, seen from the results of data processing there is a T-statistic value of 4.712 > 1.96 with a P-value of 0.000 <0.05. Seen from the results of r Square data processing, it can be said that the magnitude of the influence of loyalty is 57.1% while 42.9% is influenced by other factors unknown in this study. and the magnitude of the influence of customer satisfaction is 52.6% while 47.4% is influenced by other factors that are not known in this study.

Keywords: Promotion, Trust, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Curatman , A., & Suroso, A. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Griffin, J. (2005). *Costumer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, dkk. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan*. Malang: UB Press.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Philip, dkk (2012). *Marketing management*. parentice hall.
- Philip, dkk (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks

JURNAL

- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2017). Peranan Customer Servis Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang.
- Handayani, R. S., & Dewi, C. K. (2020). Pengaruh Customer Satifaction, Calculative Commitment, Dan Corporate, Image Terhadap Attitudinal Loyalty Pada Program Pasti Prima Pertamina (Study Pada Spbu Pasti Prima Wilayah Jakarta). *Jurnal Seketaris dan Administrasi Bisnis*, 2580-8095.
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi, Pemasaran dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 14-28.

- Loisrianda, R., & Tabrani, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Maskapai Garuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Menejemen*, 154-177
- Noeryakin, F., & Eriza, F. (2022). Pengaruh Purnajual dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Indihome Pt. Telkom Indonesia Medan (Studi Pelayanan pada Masyarakat Kota Medan). *Journal of Economics & Management*, 89-99.
- Putra, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Implikasinya Pada Minat Pembelian Ulang Produk Sunnycgold (Studi Kasus Pada Konsumen Sunnycgold Di Jakarta Selatan. *Jurnal JDM*, 196-211.
- Pratama, d. (2017). Membangun Loyalitas Nasabah Dengan Kualitas Pelayanan Serta Peran Kepuasan dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Penyaluran Kredit Usaha Rakyat di PT Bank Rakyat Indonesia Unit Meruya Iir Jakarta). *Jurnal SWOT*, 646-659.
- Sarmigi, E., Alfian, M., Septian, T., Aldiansyah, R., & Wahyudi, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Nagari Unit Syariah Cabang Tapan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Islamic Economic And Business*, 150-167.
- Susanto, d. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pada Loyalitas Konsumen . *Jurnal Ekonomi Bisnis* , 59-67.
- Tumbel , A. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan. 64-79.