

# SKRIPSI

## PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, E-BANKING DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA CABANG RAJAWALI SURABAYA



Oleh :

ALFIANA AHMAD

NBI : 1211600081

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, E-BANKING DAN LOYALITAS  
KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK  
RAKYAT INDONESIA CABANG RAJAWALI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Oleh :

**Alfiana Ahmad**

**NBI : 1211600081**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Alfiana Ahmad  
NBI : 1211600081  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, E-BANKING  
DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT  
INDONESIA CABANG RAJAWALI SURABAYA

Surabaya, 28 Juni 2021  
Mengetahui/Menyetujui  
Pembimbing,



Dra. Ec. Ratnaningsih SY, MM

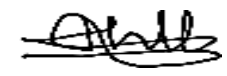
## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 06 Juli 2021

### **TIM PENGUJI :**

1. Dr. M. Sihab Ridwan, M.Ec.

- Ketua



2. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si.

- Anggota



3. Dra. Ec. Ratnaningsih SY, MM

- Anggota



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP. 20220.93.03



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl.Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)  
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alfiana Ahmad

NBI 1211600081

Fakultas : Manajemen

Program Studi : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

**“PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, E-BANKING DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA CABANG RAJAWALI SURABAYA”**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,  
  
( Alfiana Ahmad )

## SURAT PENYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Alfiana Ahmad
2. NBI : 1211600081
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578106602980005
6. Alamat Rumah (KTP) : Setro Baru Utara 2/39 Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**“PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, E-BANKING DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA CABANG RAJAWALI SURABAYA”**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

**Surabaya, 28 Mei 2021**

Yang Menyatakan,



( Alfiana Ahmad )

## KATA PENGANTAR

**Asslamu'alaikum Wr. Wb.**

Puji Syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan telah menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tunjukkan kepada :

1. Ibu Dra. Ec. Ratnaningsih SY, MM. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M,Si. Selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Ibu. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. Selaku ketua penguji dan Bapak. Drs. M. Sihab Ridwan, M.Ec. Selaku penguji, dalam siding proposal dan siding skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga siding skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.

6. Bapak dan Ibu, seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
7. Keluarga besar PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Rajawali Surabaya, yang telah memberikan kesempatan dan ijin penyebaran kuisioner guna menyelesaikan skripsi saya dengan lancar dan sangat baik.
8. Kedua Orang Tua saya, adek saya Alvin, serta Tunangan saya, Miftachul Huda yang telah memberikan saya ijin, do'a, semangat, kesempatan, dan waktu sehingga saya dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan sangat baik.
9. Seluruh sahabat-sahabat ku Mbak Ajeng, Mbak Ida, Nuna, Putri, Ina dan seluruh teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu, memberi semangat, dorongan dan do'a sehingga saya dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “Bebek berjalan berbondong-bondong, akan tetapi burung elang terbang sendirian”. Sebagai manusia, jangan hanya mengikuti arus kemana orang kebanyakan menuju. Tapi jadilah seperti burung elang yang terus terbang tinggi dengan gagah meskipun sendirian.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

**Wassalammu'alaikumsallam Wr. Wb.**

**Surabaya, 28 Mei 2021**

Alfiana Ahmad



## RINGKASAN

PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Rajawali Surabaya yang beralamat di Jalan Surabaya dilatarbelakangi adanya perkembangan Bank syariah yang sekarang ini banyak digemari masyarakat seperti Bank Muamalat Indonesia. Sehingga Bank Konvensional berkembang dengan pesat dari tahun ke tahun dan mengalami persaingan yang ketat. Bank Konvensional dirasa perlu untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sasaran gunanya untuk mewujudkan kepuasan nasabah, sebab jika kepuasan nasabah tidak tercapai maka nasabah meninggalkan Bank tersebut dan mencari lembaga yang lain.

Tidak hanya pemberian strategi kepada nasabah saja agar strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Selain strategi dan e-banking diduga salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan adalah loyalitas konsumen. Kepuasan nasabah yang baik memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah dalam perusahaan. Karena loyalitas konsumen merupakan salah satu hal yang dapat memberikan strategi pemasaran untuk menjangkau target pasar dan mengubah mereka menjadi konsumen produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas adalah untuk mengetahui, menganalisis dan menjawab peranan Strategi Pemasaran, E-banking dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Rajawali Surabaya. Penelitian ini mengambil responden dari seluruh seluruh karyawan yang ada pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Rajawali Surabaya dengan jumlah 55 orang. Dalam pelaksanaan di lapangan, penelitian ini mengambil data primer yaitu dengan menggunakan kuisioner. Adapun data sekunder selain data primer yang diperoleh, di dapat dari staff personalia marketing PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Rajawali Surabaya meliputi profil perusahaan, data karyawan dan struktur organisasi perusahaan. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode eksplanasi (explanatory reserch). Hasil akhir penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab akibat, sehingga metode ini menggunakan sampel dan hipotesis.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan path analysis untuk menguji hipotesis tersebut  $Y = 1,433 + -0,066 (Stra) + 0,274 (E-ba) + 0,695 (Lokon)$ . Sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Normalitas Data. Secara keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena koefisien korelasi 0.000 dengan tingkat signifikansi  $< 0.05$ ) dan reliabel (karena nilai koefisien Cronbach's Alpha  $> 0.60$ ). hasil uji asumsi klasik juga menunjukkan bahwa penelitian ini telah memenuhi, antara lain, 1.) Kedua model regresi bebas dari multikolinieritas; 2.) Tidak terjadi heteroskedastisitas; 3.) Tidak terjadi autokorelasi pada kedua model regresi; dan 4.) Residual kedua model regresi berdistribusi normal.

Pada hasil temuan analisis menyimpulkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap E-banking dan Strategi Pemasaran (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah paling signifikan diantara tiga variabel yang lainnya, yaitu E-banking, Loyalitas Konsumen.

## SUMMARY

*PT. Bank Rakyat Indonesia Rajawali Surabaya Branch which is located at Jalan Surabaya is motivated by the development of Islamic banks which are currently popular with the public, such as Bank Muamalat Indonesia. So that Conventional banks develop rapidly from year to year and experience intense competition. Conventional banks are deemed necessary to develop marketing strategies that are right on target to achieve customer satisfaction, because if customer satisfaction is not achieved, the customer leaves the bank and looks for another institution.*

*Not only providing strategies to customers so that marketing strategies have a very important role for the success of the company's business in general and the marketing field in particular. In addition to strategy and e-banking, it is suspected that one of the important factors in increasing satisfaction is consumer loyalty. Good customer satisfaction has an important role in increasing customer satisfaction in the company. Because consumer loyalty is one of the things that can provide a marketing strategy to reach the target market and turn them into consumers of products produced by a company.*

*The research objectives to be achieved in accordance with the formulation of the problem described above are to determine, analyze and answer the role of Marketing Strategy, E-banking and Consumer Loyalty to Customer Satisfaction at PT. Bank Rakyat Indonesia Rajawali Surabaya Branch. This study took respondents from all employees at PT. Bank Rakyat Indonesia Rajawali Surabaya Branch with the number of 55 people. In the implementation in the field, this research takes primary data by using a questionnaire. The secondary data other than the primary data obtained, obtained from the marketing personnel staff of PT. Bank Rakyat Indonesia Rajawali Surabaya Branch includes company profile, employee data and company organizational structure. The type of research that will be used is using quantitative research methods with the explanatory research method. The final result of this study is a description of the causal relationship, so this method uses samples and hypotheses.*

*The analysis technique used is multiple linear regression analysis and path analysis to test the hypothesis  $Y = 1.433 + -0.066 (Stra) + 0.274 (E-ba) + 0.695 (Lokon)$ . While the classical assumption test used, among others, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, Autocorrelation Test, and Data Normality Test. Overall, the indicators used in this study are valid (because the correlation coefficient is 0.000 with a significance level of  $< 0.05$ ) and reliable (because the Cronbach's Alpha coefficient value is  $> 0.60$ ). the results of the classical assumption test also show that this study has met, among others, 1.) Both regression models are free from multicollinearity; 2.) There is no heteroscedasticity; 3.) There is no autocorrelation in the two regression models; and 4.) The residuals of both regression models are normally distributed.*

*The results of the analysis conclude that all variables have a significant effect on E-banking and Marketing Strategy (X1) on Customer Satisfaction (Y) is the most significant among the other three variables, namely E-banking , Consumer Loyalty*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Strategi Pemasaran, E-banking dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Rajawali Surabaya baik secara simultan maupun parsial. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah dari PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Rajawali Surabaya dan dengan metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuisioner.

Hasil uji hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwasanya hanya variabel strategi pemasaran yang berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi  $0,220 > 0,05$ , sedangkan variabel e-banking, saluran distribusi dan loyalitas konsumen memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi  $> 0,05$  atau 5%. Hasil uji hipotesis menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran, e-banking dan loyalitas konsumen berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Dependent kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi  $0,000 > 0,05$  dan  $>$  atau  $50,792 > 2,971$ .

Simpulan pada hasil temuan analisis menyimpulkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap E-banking (X2) dan Strategi Pemasaran (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah paling signifikan diantara tiga variabel yang lainnya, yaitu Loyalitas Konsumen, E-banking.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, E-banking, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Nasabah**

## ABSTRACT

*This study aims to determine the Effect of Marketing Strategy, E-banking and Consumer Loyalty on Customer Satisfaction at PT. Bank Rakyat Indonesia Rajawali Surabaya Branch either simultaneously or partially. The population used in this study were all customers from PT. Bank Rakyat Indonesia Rajawali Surabaya Branch and the data collection method used is the distribution of questionnaires.*

*The results of hypothesis testing using t-test indicate that only marketing strategy variables have a significant effect on customer satisfaction with a significance value of  $0.220 > 0.05$ , while the variables of e-banking, distribution channels and consumer loyalty have a significant but not significant effect on customer satisfaction with a significance value  $> 0.05$  or 5%. The results of hypothesis testing using the F test show that the variables of marketing strategy, e-banking and consumer loyalty have an effect simultaneously or together on the dependent variable of customer satisfaction with a significance value of  $0.000 > 0.05$  and  $F_{count} > F_{table}$  or  $50.792 > 2.971$ .*

*In conclusion, the results of the analysis conclude that all variables have a significant effect on E-banking (X2) and Marketing Strategy (X1) on Customer Satisfaction (Y) are the most significant among the other three variables, namely Consumer Loyalty, E-banking.*

**Keywords : Marketing Strategy, E-banking, Consumer Loyalty, Customer Satisfaction**

## DAFTAR ISI

<b>COVER LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>COVER DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	4
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1. Landasan Teori .....	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.3 Konsep Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.4 Proses Manajemen Pemasaran .....	7
2.2. Strategi Pemasaran (X1).....	8
2.2.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran.....	8
2.2.2. Indikator Strategi Pemasaran .....	9
2.3. E-banking (X2) .....	10
2.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi E-banking.....	10
2.3.2 Indikator E-banking.....	11
2.4. Loyalitas Konsumen (X3) .....	12
2.4.1 Faktor-faktor yg mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	12

2.4.2	Indikator Loyalitas Konsumen.....	13
2.4.3	Mengukur Loyalitas Konsumen.....	13
2.5.	Kepuasan Nasabah (X4).....	13
2.5.1	Dimensi Kepuasan Nasabah .....	14
2.5.2	Indikator Kepuasan Nasabah .....	14
2.5.3	Mengukur Kepuasan Nasabah .....	15
2.6.	Penelitian Terdahulu .....	16
2.7.	Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	20
2.7.1	Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah.....	20
2.7.2	E-banking Terhadap Kepuasan Nasabah .....	20
2.7.3	Loyalitas Konsumen Terhadap Kepuasan Nasabah .....	21
2.8.	Hipotesis Penelitian.....	21
<b>BAB III.</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1.	Desain Penelitian.....	23
3.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	23
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	23
3.2.2	Waktu Penelitian .....	23
3.3.	Jenis dan Sumber Data .....	23
3.3.1	Jenis Data.....	23
3.3.2	Sumber Data .....	24
3.4.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	24
3.4.1	Populasi Penelitian .....	24
3.4.2	Sampel Penelitian.....	24
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.6.	Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	25
3.6.1	Definisi Variabel .....	25
a.	Strategi Pemasaran (X1).....	26
b.	E-banking (X2).....	26
c.	Loyalitas Konsumen (X3).....	26
d.	Kepuasan Nasabah (Y) .....	26
3.6.2	Definisi Operasional Variabel.....	27
1.	Strategi Pemasaran (X1).....	27
2.	E-banking (X2).....	28
3.	Loyalitas Konsumen (X3).....	29
4.	Kepuasan Nasabah (Y) .....	29
3.7.	Kerangka Konseptual .....	31
3.8.	Proses Pengolahan Data .....	31
3.9.	Metode Analisis Data .....	32



1. Analisis Deskriptif (Kualitatif) .....	32
2. Analisis Korelasi (Kuantitatif) .....	32
3. Uji Validitas .....	33
4. Uji Realibilitas .....	34
3.10. Cara Pengolahan Data dan Teknik Pengujian Hipotesis .....	34
3.10.1 Cara Pengolahan Data .....	34
3.10.2 Teknik Pengujian Hipotesis .....	36
1. Uji Multikolinieritas .....	36
2. Uji Heteroskedastisitas .....	36
3. Uji Autokorelasi .....	36
4. Uji Normalitas Data.....	37
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1. Gambaran Umum PT. Bank Rakyat Indonesia Surabaya.....	39
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	39
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	40
4.1.3 Struktur Organisasi PT. BRI Surabaya.....	40
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Usia .....	45
4.2.3 Deskripsi Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
4.2.4 Deskripsi Berdasarkan Masa Kerja.....	46
4.2.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Setiap Variabel.....	47
1. Variabel Strategi Pemasaran ( ) .....	47
2. Variabel E-banking ( ).....	48
3. Variabel Loyalitas Konsumen ( ).....	48
4. Variabel Kepuasan Nasabah (Y) .....	49
4.3. Analisis Data.....	49
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi .....	51
4.4. Pengujian Hipotesis.....	52
4.4.1 Uji F .....	52
4.4.2 Uji t.....	53
4.5. Uji Instrumen .....	55
4.5.1 Uji Validitas .....	55
4.5.2 Uji Reliabilitas .....	57
4.6. Uji Asumsi Klasik.....	57
4.6.1 Uji Multikolinieritas .....	57
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas .....	58

4.6.3 Uji Autokorelasi .....	59
4.6.4 Uji Normalitas Data .....	61
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian .....	62
4.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	62
4.7.2 Uji F (Parsial).....	62
4.7.3 Uji t (Simultan) .....	63
4.8. Implikasi Penelitian.....	64
4.9. Keterbatasan Penelitian .....	65
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
5.1. Simpulan.....	67
5.2. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2. Kerangka Konseptual .....	31
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia Surabaya .....	41
Gambar 4.16. Uji Heteroskedasitas .....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Hasil Pendapatan Perusahaan.....	1
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.3. Skala Likert.....	30
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Usia.....	45
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Masa Kerja .....	46
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden Variabel Strategi Pemasaran .....	47
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Variabel E-banking.....	48
Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen .....	48
Tabel 4.8. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah.....	49
Tabel 4.9. Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.10. Analisis Koefisien Korelasi.....	52
Tabel 4.11. Uji F.....	53
Tabel 4.12. Uji t.....	54
Tabel 4.13. Uji Validitas .....	56
Tabel 4.14. Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.15. Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.16. Uji Autokorelasi Durbin - Watson.....	60
Tabel 4.17. Uji Autokorelasi Run Test .....	61
Tabel 4.18. Uji Normalitas Data.....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	71
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden .....	74
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	77
Lampiran 4. Distribusi Frekuensi .....	79
Lampiran 5. Analisis Data.....	81
Lampiran 6. Uji Validitas.....	83
Lampiran 7. Uji Reliabilitas .....	87
Lampiran 8. Uji Asumsi Klasik.....	89
Lampiran 9. Pengujian Hipotesis.....	91
Lampiran 10. Hasil Output SPSS 16.....	92