



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

Pengaruh *Customer Value* dan *Marketing Public Relation* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp Ngagel

**ERFINA AYU DANARI
171500172**

Dosen Pembimbing

1. R. Bambang Dwi Waryanto, Drs. S.E., MM
2. Nurdina, SE., M.S.A.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

**PENGARUH *CUSTOMER VALUE* DAN *MARKETING*
PUBLIC RELATION TERHADAP LOYALITAS
NASABAH PT. BANK MANDIRI (PERSERO), TBK
SURABAYA KCP NGAGEL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**ERFINA AYU DANARI
171500172**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji, pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 28 Mei 2021

Dosen Pembimbing I



R. Bambang Dwi Waryanto, Drs. S.E., M.M
NPP. 195605291983091001

Dosen Pembimbing II



Nurdina, SE., M.S.A.
NPP. 1609816/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Value* dan *Marketing Public Relation* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp Ngagel

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Nama : Erfina Ayu Danari

NIM : 171500172

Alamat Email : erfinaayud@gmail.com

Surabaya, 06 Juni 2021

Dosen Pembimbing I



R. Bambang Dwi Waryanto, Drs. S.E., M.M
NPP. 195605291983091001

Dosen Pembimbing II



Nurdina, SE., M.S.A.
NPP. 1609816/DY

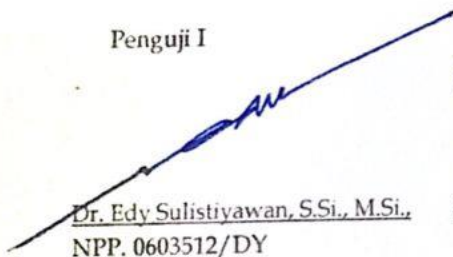


BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia ujian skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

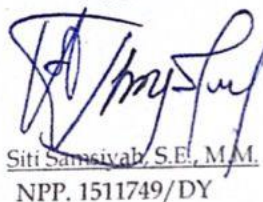
Hari : Jum'at
Tanggal : 28 Mei
Tahun : 2021

Penguji I



Dr. Edy Sulistiyawan, S.Si., M.Si.,
NPP. 0603512/DY

Penguji II



Siti Samsiyah, S.E., M.M.,
NPP. 1511749/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Erfina Ayu Danari

NIM : 171500172

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya yang berjudul "*Pengaruh Customer Value dan Marketing Public Relation Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp Ngagel*" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2020-2021 bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 24 Mei 2021

Mahasiswa,



Erfina Ayu Danari

NIM : 171500172

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbi' alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan **judul "Pengaruh *Customer Value* dan *Marketing Public Relation* Terhadap *Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp Ngagel*"**

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapatkan motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Subandowo, M.S. Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. R. Bambang Dwi Waryanto, Drs. S.E., MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan banyak masukan, dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Nurdina, SE., M.S.A. dosen pembimbing 2 yang telah memberikan banyak masukan dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Pimpinan dan staff PT. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp.Ngagel yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian ini guna menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
8. Kedua orang tua dan kakak saya yang selalu mendukung saya, motivasi, support yang tinggi, serta memberikan doa demi kesuksesan serta kemudahan dalam segala hal.
9. Ibu Lina Indah selaku Customer Service PT. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp. Ngagel yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian ini.
10. Terimakasih untuk Kakak Alumni Fakultas Ekonomi, Keluarga Besar Hima Angkatan 2017 atas support dan segala bentuk bantuannya.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak di atas, mendapat imbalan yang sepadan dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Sidoarjo, 25 Mei 2021

Erfina Ayu Danari

171500172

MOTTO

**The whole purpose of education is to turn mirrors into
windows.**

(Sydney J. Harris)

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the effect of customer value and public relations marketing on customer loyalty at PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel. In this study the sample used is the customer of PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel 91 respondents. The sampling technique used nonprobability sampling with incidental sampling technique methods. In this study, the data analysis techniques used were validity test, reliability test, classical assumption test, t test, and f test. The results showed that customer value and marketing public relations partially affect the customer loyalty of PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel, using the t-test with a significant value <0.05. Customer loyalty is one of the things that affects the progress of a bank, therefore banks need to increase customer loyalty through customer value and good marketing public relations..

Keywords: Customer value, marketing public relation, loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan guna mengetahui pengaruh *customer value* dan *marketing public relation* terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah nasabah PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel 91 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode teknik *Insidental sampling*. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan uji f. Pada penelitian diperoleh hasil, *customer value* dan *marketing public relation* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel, menggunakan uji-t dengan nilai signifikan sebesar $<0,05$. Loyalitas nasabah merupakan salah satu hal yang berpengaruh untuk kemajuan suatu bank maka dari itu pihak bank perlu meningkatkan loyalitas nasabah melalui *customer value* dan *marketing public relation* yang baik.

Kata kunci: *Customer value, marketing public relation, loyalitas.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	9

2.2.2 Manajemen Pemasaran	10
2.2.3 Customer Value	10
2.2.3.1 Definisi Customer Value.....	10
2.2.3.2 Manfaat Customer Value.....	11
2.2.3.3 Indikator Customer Value.....	13
2.2.4 Marketing Public Relation	14
2.2.4.1 Definisi Marketing Public Relation.....	14
2.2.4.2 Manfaat Marketing Public Relation.....	16
2.2.4.3 Indikator Marketing Public Relations	16
2.2.5 Loyalitas Nasabah	18
2.2.5.1 Definisi Loyalitas Nasabah.....	18
2.2.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah	18
2.2.5.3 Indikator Loyalitas Nasabah	19
2.2.6 Kerangka Konseptual.....	20
2.3 Hipotesis.....	21
2.3.1 <i>Customer Value</i> berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah	22
2.3.2 Marketing Public Relations berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.....	23
2.3.3 Customer Value dan Marketing Public Relation berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah.....	24

BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ..	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel	27
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1 Sumber Data	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1 Metode Pengumpulan Data	29
3.4.2 Kuesioner	30
3.4.3 Observasi	30
3.4.4 Wawancara	30
3.4.5 Dokumentasi	31
3.4.6 Skala Pengukuran	31
3.4.7 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.4.7.1 Tempat Penelitian	32
3.4.7.2 Waktu Penelitian	32
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	32
3.5.1 Variabel Penelitian	32
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	33
3.6 Teknik Analisis Data	36

3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	40
BAB IV	43
ANALISIS / PEMBAHASAN.....	43
4.1 Penyajian data penelitian.....	43
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.2 Deskripsi hasil penelitian	45
4.1.3 Distribusi Jawaban Variabel.....	47
4.1.3.1 Variabel Customer Value (X1).....	47
4.1.3.2 Variabel Marketing Public Relation (X2).....	48
4.1.3.3 Variabel Loyalitas Nasabah (Y).....	48
4.2 Analisis Data Penelitian.....	49
4.2.1 Uji Validitas.....	50
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.2.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	52
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.3.1 Pengujian Hipotesis.....	60
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB V	65

PENUTUP	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	54
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Value</i> (X_1)	57
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Marketing Public Relation</i> (X_1)	58
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Nasabah (X_1)	59
Tabel 4.6 Tabel Uji Validitas	59
Tabel 4.7 Uji Reabilitas	60
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.9 Uji Multikoloneritas	62
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedasitas	62
Tabel 4.12 Tabel uji regresi linier berganda.....	63
Tabel 4.13 Interpretasi Koefisien Korelasi	64
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Uji-F	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 STRUKTUR ORGANISASI Pt. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp Ngagel.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 Lembar Persetujuan
- Lampiran 3 Surat Keterangan Izin Penelitian
- Lampiran 4 Surat Balasan
- Lampiran 5 Daftar Hadir Ujian Proposal
- Lampiran 6 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7 Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner
- Lampiran 8 Rekapitulasi Tabel Jawaban Responden
- Lampiran 9 Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 10 Output Pengolahan Data SPSS