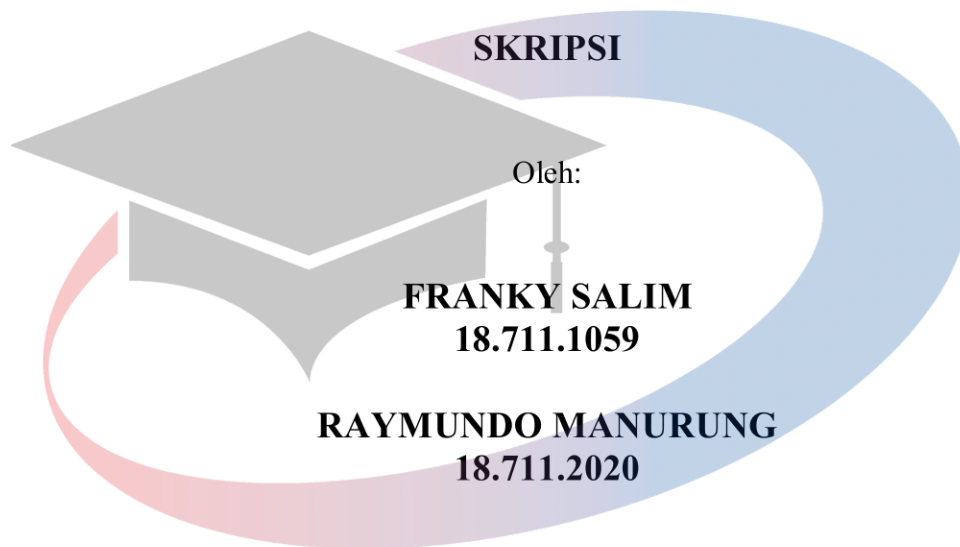


**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *RELATIONSHIP MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK BCA KCP SURABAYA)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2022**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, RELATIONSHIP  
MARKETING, PRODUCT QUALITY, AND TRUST ON  
COSTUMER LOYALTY WITH SATISFACTION AS AN  
INTERVENING VARIABLE (CASE STUDY ON BCA KCP  
SURABAYA BANK COSTUMERS)**

**FINAL RESEARCH**

By:

**FRANKY SALIM  
18.711.1059**

**RAYMUNDO MANURUNG  
18.711.2020**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
FACULTY OF BUSINESS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *RELATIONSHIP MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK BCA KCP SURABAYA)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata  
Program Studi Manajemen

Oleh:

**FRANKY SALIM**  
**18.711.1059**

**RAYMUNDO MANURUNG**  
**18.711.2020**

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I



Ella Silvana Ginting, S.E., M.Si.

Dosen pembimbing II



Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si.

Medan, 03 Agustus 2022  
Diketahui dan Disahkan Oleh  
Ketua Program Studi  
Manajemen



UNIVERSITAS  
**MIKROSKIL**

Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si.

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 187112020  
Nama : Raymundo Manurung

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing, Kualitas Produk, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Nasabah Bank BCA KCP Surabaya)  
Tempat Penelitian : Bank BCA KCP Surabaya  
Alamat Tempat Penelitian : Jl. Surabaya No.133, Ps. Baru, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara.

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 22 Juli 2022

Saya yang membuat pernyataan,



Raymundo Manurung

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 187111059  
Nama : Franky Salim

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing, Kualitas Produk, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Nasabah Bank BCA KCP Surabaya)  
Tempat Penelitian : Bank BCA KCP Surabaya  
Alamat Tempat Penelitian : Jl. Surabaya No.133, Ps. Baru, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara.

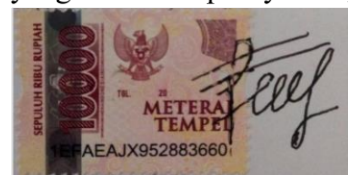
Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 22 Juli 2022

Saya yang membuat pernyataan,



Franky Salim



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing*, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening studi kasus pada nasabah Bnak BCA KCP Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Metode pengujian data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BCA KCP Surabaya sejumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*analysis path*). Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, *relationship marketing*, kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan sedangkan kepercayaan berpengaruh signifikan. *Relationship marketing*, kepercayaan, dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sedangkan kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak berpengaruh. Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan, sedangkan *relationship marketing* berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas. Hasil koefisien determinasi sebesar 61,1% bahwa variabel kualitas pelayanan, *relationship marketing*, kualitas produk, dan kepercayaan nasabah dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sedangkan koefisien determinasi 66,1% bahwa variabel kualitas pelayanan, *relationship marketing*, kualitas produk, kepercayaan nasabah, dan kepuasan nasabah dapat menjelaskan loyalitas nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing*, Kualitas Produk, Kepercayaan, Loyalitas, Kepuasan

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ***ABSTRACT***

*This study aims to determine and analyze the effect of Service Quality, Relationship Marketing, Product Quality, and Customer Trust on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable in a case study of Bank BCA KCP Surabaya customers. The type of research used in this study is causal associative with quantitative techniques. The data testing method used is descriptive quantitative. The sample in this research is 100 customers of Bank BCA KCP Surabaya. The data analysis method used is path analysis. The results of the analysis show that service quality, relationship marketing, product quality have an insignificant but not significant effect on satisfaction, while trust has a significant effect. Relationship marketing, trust, and satisfaction have a significant effect on customer loyalty, while service quality and product quality have no effect. Service quality and product quality have an indirect effect on customer loyalty through the mediation, while relationship marketing has a direct effect on loyalty. The results of the coefficient of determination of 61.1% that the variables of service quality, relationship marketing, product quality, and customer trust can explain the variable customer satisfaction while the coefficient of determination is 66.1% that the variables of service quality, relationship marketing, product quality, customer trust, and satisfaction can explain customer loyalty.*

**Keywords:** *Service Quality, Relationship Marketing, Product Quality, Trust, Loyalty, Satisfaction*

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Berkat dan Karunia-Nya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing*, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Nasabah Bank BCA KCP Surabaya)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi manajemen Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, arahan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Ella Silvana Ginting, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan, serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selama menyusun skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si. selaku Pembimbing II dan selaku Ketua Program Studi Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan, serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selama menyusun skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Pahala Sirait, S.T., M.Si. selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.kom., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si. Selaku Dosen wali yang sangat informatif dan inspiratif
6. Dosen dan staff pengajar Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan banyak tambahan ilmu pengetahuan yang berguna bagi peneliti.



7. Orang tua dari Raymundo Manurung, Bapak Solo Manurung dan Ibu Delvi Sitorus yang telah berjuang membesarkan dan mendidik saya dan tak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang.
8. Orang tua dari Franky Salim, Bapak Ulung dan Ibu Supiah yang telah berjuang membesarkan dan mendidik saya dan tak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang.
9. Teman-teman seperjuangan Intervening kami, Yessica, Angela, Felix, Yulianty
10. Teman-teman kantor BCA Surabaya yang selalu mensupport dan memberikan bantuan pada penulis.
11. Sahabat penulis yang sangat kami cintai dan kasihi Cristina, Johannes, Adella, Devina, Intan, Praha, Cindy yang telah memberikan kami motivasi, bantuan dan saran selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

Medan 20 Juli 2022

Penulis,

Raymundo Manurung

Franky Salim

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Ruang Lingkup .....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Originalitas Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.11</b>	
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Loyalitas Nasabah .....	11
2.1.1.1. Pengertian Loyalitas Nasabah .....	11
2.1.1.2. Tahapan Loyalitas.....	12
2.1.1.3. Karakteristik Loyalitas.....	14
2.1.1.4. Cara Membangun Loyalitas Konsumen.....	15
2.1.1.5. Manfaat Loyalitas .....	16
2.1.1.6. Faktor-Faktor yang Membentuk Loyalitas.....	18
2.1.1.7. Indikator Layanan Nasabah .....	19
2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.2.1. Defenisi Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.2.2. Karakteristik Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.2.3. Model Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.2.4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	23
2.1.2.5. Indikator Kualitas Pelayanan .....	24

2.1.3. Relationship Marketing .....	25
2.1.3.1. Definisi Relationship Marketing .....	25
2.1.3.2. Tujuan Relationship Marketing .....	26
2.1.3.3. Karakteristik Relationship Marketing .....	27
2.1.3.4. Indikator Relationship Marketing .....	27
2.1.4. Kualitas Produk.....	29
2.1.4.1. Definisi Kualitas Produk.....	29
2.1.4.2. Fungsi Kualitas Produk.....	30
2.1.4.3. Indikator Kualitas Produk .....	31
2.1.5. Kepercayaan Nasabah .....	33
2.1.5.1. Definisi Kepercayaan Nasabah .....	33
2.1.5.2. Karakteristik Kepercayaan .....	34
2.1.5.3. Jenis Kepercayaan Nasabah .....	35
2.1.5.4. Indikator Kepercayaan Nasabah.....	36
2.1.6. Kepuasan Nasabah .....	38
2.1.6.1. Definisi Kepuasan Nasabah .....	38
2.1.6.2. Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	39
2.1.6.3. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Konsumen .....	40
2.1.6.4. Indikator Kepuasan Konsumen .....	41
2.2. Review Penelitian Terdahulu .....	42
2.3. Kerangka Konseptual.....	47
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	49
2.4.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah .....	49
2.4.2. Pengaruh Relationship Marketing terhadap Kepuasan Nasabah ..	49
2.4.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah.....	50
2.4.4. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah ....	50
2.4.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.....	51
2.4.6. Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah ...	51
2.4.7. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah.....	52

2.4.8. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah .....	52
2.4.9. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah .....	52
2.4.10. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah .....	53
2.4.11. Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah .....	53
2.4.12. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah.....	54
2.4.13. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	55
3.2. Objek Penelitian .....	55
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	55
3.3.1. Kuosioner.....	55
3.3.2. Studi Pustaka .....	56
3.3.3. Wawancara .....	56
3.4. Populasi dan Sampel.....	56
3.4.1. Populasi .....	56
3.4.2. Sampel.....	56
3.5. Definisi Variabel Operasional.....	57
3.6. Metode Analisis Data .....	59
3.6.1. Analisa Deskriptif .....	59
3.6.2. Uji Instrumen Data.....	59
3.6.3. Analisa dengan Uji Asumsi Klasik .....	60
3.6.3.1. Uji Normalitas .....	61
3.6.3.2. Uji Multikolinieritas .....	61
3.6.3.3. Uji Autokorelasi .....	61
3.6.4. Uji Hipotesis .....	62

3.6.4.1. Uji Signifikansi Parsial (t-test) .....	62
3.6.4.2. Metode Analisa Jalur (Path Anlysis) .....	62
3.6.4.3. Koefisien Determinasi (R-Square) .....	65
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	66
4.1.2. Visi, Misi dan Susunan Organisasi Bank BCA .....	68
4.1.3. Gambaran Umum Responden.....	69
4.2. Hasil Statistik Deskriptif.....	71
4.3. Hasil Uji Kualitas Data .....	76
4.3.1. Uji Validitas.....	76
4.3.2. Uji Realibilitas .....	80
4.4. Analisa Jalur (Path Analysis).....	81
4.4.1. Model Struktural I (Pertama).....	81
4.4.2. Uji Asumsi Klasik Model Struktural I (Pertama) .....	82
4.4.3. Uji Hipotesis Model Struktural I (Pertama) .....	84
4.4.4. Persamaan Sub Struktur I .....	85
4.5. Model Struktural II (Kedua) .....	86
4.5.1. Uji Asumsi Klasik Model Struktural II (Kedua) .....	87
4.5.2. Uji Hipotesis Model Struktural II (Kedua).....	89
4.5.3. Persamaan Sub Struktur II.....	90
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
4.6.1. Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah .....	91
4.6.2. Pengaruh Antara Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah .....	92
4.6.3. Pengaruh Antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah ....	93
4.6.4. Pengaruh Antara Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah .....	94
4.6.5. Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan	



Nasabah .....	94
4.6.6. Pengaruh Antara Relationship Marketing terhadap Kepuasan Nasabah .....	95
4.6.7. Pengaruh Antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah ..	96
4.6.8. Pengaruh Antara Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah .....	96
4.6.9. Pengaruh Loyalitas Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah .....	97
4.6.10. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah.....	98
4.6.11. Pegaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah.....	98
4.6.12. Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah.....	99
4.6.13. Kepercayaan Nasabah terhadap Loyaltias Nasabah melalui Kepuasan Nasabah.....	100
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
5.1. Kesimpulan .....	101
5.2. Saran .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.: Review Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel 3.1.: Defenisi Variabel Operasional .....	57
Tabel 3.2.: Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Durbin-Watson.....	61
Tabel 4.1.: Karakteristik Berdasarkan Usia .....	69
Tabel 4.2.: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.3.: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
Tabel 4.4.: Karakteristik Berdasarkan Lama Menabung .....	70
Tabel 4.5.: Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	71
Tabel 4.6.: Statistik Deskriptif Variabel Relationship Marketing .....	72
Tabel 4.7.: Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	73
Tabel 4.8.: Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Nasabah .....	74
Tabel 4.9.: Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas .....	74
Tabel 4.10.: Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah .....	75
Tabel 4.11.: Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan.....	76
Tabel 4.12.: Hasil Uji Validitas Instrumen Relationship marketing .....	77
Tabel 4.13.: Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk.....	77
Tabel 4.14.: Hasil Uji Validitas Instrumen Kepercayaan Nasabah .....	78
Tabel 4.15.: Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Nasabah .....	79
Tabel 4.16.: Hasil Uji Validitas Instrumen Loyalitas Nasabah .....	79
Tabel 4.17.: Hasil Pengujian Realibilitas .....	80
Tabel 4.18.: Hubungan Variabel Model Struktural I .....	81
Tabel 4.19.: Hasil Uji Autokorelasi .....	83
Tabel 4.20.: Hasil Uji Multikolinieritas Model Struktur I .....	83
Tabel 4.21.: Hasil Uji Parsial Sub Struktural I.....	84
Tabel 4.22.: Hubungan Variabel Model Struktural II.....	86
Tabel 4.23.: Hasil Uji Autokorelasi .....	88
Tabel 4.24.: Hasil Uji Multikolinieritas Uji Struktural II .....	88
Tabel 4.25.: Hasil Uji Parsial Model Struktural II.....	89
Tabel 4.26.: Hasil Rekapitulasi Pengujian Koefisien: .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.: Website resmi Bank BCA .....	2
Gambar 2.1.: Kerangka Konseptual.....	48
Gambar 3.1.: Struktur Model I .....	62
Gambar 3.2.: Struktur Model II.....	63
Gambar 4.1.: Struktur Organisasi Bank BCA .....	68
Gambar 4.2.: Hasil Uji Normalitas Normal P-Plots Model Struktural I.....	82
Gambar 4.3.: Hasil Uji Normalitas dengan Histogram Model Struktural I .....	82
Gambar 4.4.: Hasil Sub Struktural I (Pertama) .....	85
Gambar 4.5.: Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot Model Struktural II.....	87
Gambar 4.6.: Hasil Uji Normalitas dengan Histogram Model struktural II.....	87
Gambar 4.7.: Hasil Sub Struktural II (Kedua).....	90



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL