

**PENGARUH DAYA TARIK PRODUK, DAYA  
TARIK PELAYANAN, DAN DAYA SAING  
TARIF TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN  
BERTRANSAKSI**

**(Studi pada Agen BRILink Bank BRI Cabang Pati)**



**TESIS**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna  
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro

Oleh:

**Rizal Mahdi Kurniawan, SP**

**NIM. 12010115410082**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2018**



## *Sertifikasi*

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Rizal Mahdi Kurniawan, menyatakan bahwa tesis dengan judul “ PENGARUH DAYA TARIK PRODUK, DAYA TARIK PELAYANAN, DAN DAYA SAING TARIF TERHADAP KEPUASAN NASABAH YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN BERTRANSAKSI” (Studi pada Agen BRILink Bank BRI Cabang Pati), adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program Magister Manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di pundak saya.

Semarang, 24 Mei 2018

Yang membuat pernyataan

Rizal Mahdi Kurniawan, SP  
NIM. 12010115410082

## **PENGESAHAN TESIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa draft Tesis berjudul :

**PENGARUH DAYA TARIK PRODUK, DAYA TARIK  
PELAYANAN, DAN DAYA SAING TARIF  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH YANG  
BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN BERTRANSAKSI  
(Studi pada Agen BRILink Bank BRI Cabang Pati)**

Yang disusun oleh Rizal Mahdi Kurniawan, NIM. 12010115410082  
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Mei 2018  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Dr. Harry Soesanto, MMR

Dr. Y. Sugiarto PH., SU

Semarang, 24 Mei 2018  
Universitas Diponegoro  
Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Manajemen  
Ketua Program

Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, MT

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Berusaha dan bekerja serta yakin dengan  
kemampuan kita...*

## **ABSTRACT**

*BRI Bank to innovate services by launching BRILink Agent as a partner of cooperation between BRI Bank and BRI Bank customers. The problem in this research is how to improve customer satisfaction which will influence to the decisions of transactions at BRILink BRI Branch of Pati.*

*Data on observed variables were obtained through interviews with questionnaires to 110 BRI Bank customers who transacted at BRILink Branch of Pati and tested using AMOS statistic software.*

*The result of SEM analysis conform the criteria of Goodness of fit that is Chi Square is 154.616 with probability equal to 0.277; CMIN/DF (1.066); GFI (0.873); AGFI (0.833); TLI (0.991); CFI (0.992); and RMSEA (0.025). The result of hypothesis testing is: transaction decisions are statistically proven to be affected by customer satisfaction, customer satisfaction is statistically proven to be affected by service attractiveness and tariff competitiveness, while the attractiveness of unpaid products has significant effect.*

**Keywords:** *Product fascination, service fascination, competitive power of tariff, customer satisfaction, transaction decisions*

## ABSTRAK

Bank BRI melakukan inovasi pelayanan dengan meluncurkan Agen BRILink sebagai mitra kerjasama antara Bank BRI dan nasabah Bank BRI. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan nasabah yang nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi di Agen BRILink BRI Cabang Pati.

Data mengenai variabel-variabel yang diamati diperoleh melalui wawancara dengan kuesioner kepada 110 pada nasabah Bank BRI yang melakukan transaksi di agen BRILink Cabang Pati dan diuji dengan menggunakan perangkat lunak statistik AMOS.

Hasil analisis SEM memenuhi kriteria Goodness of fit yaitu Chi Square adalah 154,616 dengan probabilitas sebesar 0,277; CMIN/DF (1,066); GFI (0,873); AGFI (0,833); TLI (0,991); CFI (0,992); dan RMSEA (0,025). Hasil pengujian hipotesis yang diajukan adalah: keputusan bertransaksi secara statistik terbukti dipengaruhi oleh kepuasan nasabah, kepuasan nasabah secara statistik terbukti dipengaruhi oleh daya tarik layanan dan daya saing tarif sedangkan daya tarik produk tidak terbukti berpengaruh signifikan.

**Kata Kunci:** Daya tarik produk, daya tarik layanan, daya saing tarif, kepuasan nasabah, keputusan bertransaksi

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmaanirrahiim*

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur ke-hadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunianya-Nya sehingga tesis yang berjudul “ Pengaruh Daya Tarik Produk, Daya Tarik Pelayanan, dan Daya Saing Tarif terhadap Kepuasan Nasabah yang Berdampak pada Keputusan Bertransaksi” dapat diselesaikan dengan baik.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh derajat Sarjana S-2 Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa penelitian tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran, kritik dan arahan dari semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung untuk perbaikan tesis ini sangat membantu dalam penelitian selanjutnya.

Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini, khususnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, MT, selaku Direktur Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro,
2. Dr. Harry Soesanto, MMR, selaku dosen pembimbing utama yang telah berkenan memberikan bimbingan, dukungan, perhatian, tenaga serta dorongan kepada penulis hingga selesainya tesis ini
3. Dr. Y. Sugiarto, SU selaku dosen pembimbing anggota yang telah membantu memberikan saran-saran sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Para Staf Pengajar Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui suatu kegiatan belajar mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik.
5. Para staf administrasi Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah banyak membantu dan mempermudah

penulis dalam menyelesaikan studi di Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro

6. Bapak Romdon Dwi Prihantono, Pemimpin BRI Cabang Pati, BRI Cabang Pati beserta staff, yang telah membantu mempermudah penulis dalam menyelesaikan tesis ini. Serta responden dari nasabah Bank BRI yang telah melakukan transaksi di agen BRILink.
7. Kedua orang tuaku Lasiman Dwijo Sumarto, S.Pd dan Suci Iriani Hendrawati, S.Pd, kedua kakak saya, Teguh Patuh Hindratno, SP, MM, beserta istri, dan Annies Dwi Heningrum, S.Gz beserta suami yang memberikan motivasi dalam menyelesaikan tesis ini dan studi untuk memperoleh gelar Magister Manajemen
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tesis ini.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan, terutama bagi pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama.

Segala kritik dan saran atas tesis ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 24 Mei 2018

Penulis,

Rizal Mahdi Kurniawan, SP



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI .....	ii
PERSETUJUAN TESIS .....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAKS .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I       PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	12
BAB II       TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	
2.1 Telaah Pustaka .....	13
2.1.1 TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ) .....	13
2.1.2 Keputusan Bertransaksi .....	15
2.1.3 Daya Tarik Produk .....	17
2.1.4 Daya Tarik Pelayanan .....	18
2.1.5 Daya Saing Tarif .....	20
2.1.6 Kepuasan Nasabah .....	21

2.2	Pengaruh antar Variabel .....	26
2.2.1	Pengaruh Daya Tarik Produk terhadap Kepuasan Nasabah .....	26
2.2.2	Pengaruh Daya Tarik Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.....	27
2.2.3	Pengaruh Daya Saing Tarif terhadap Kepuasan Nasabah .....	29
2.2.4	Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Bertransaksi .....	30
2.3	Penelitian Terdahulu .....	31
2.4	Model Penelitian .....	34
2.5	Hipotesis-hipotesis .....	38
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Jenis dan Sumber Data .....	40
3.2	Populasi dan Sampel .....	41
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	43
3.5	Analisis Uji Reliabilitas dan Uji Validitas .....	46
3.6	Teknik Analisis .....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
4.2	Uji Reliabilitas dan Validitas .....	61
4.3	Analisis Konfirmatori.....	63
4.3.1	Analisis Faktor Konfirmatori pada Variabel Daya Tarik Produk .....	63
4.3.2	Analisis Faktor Konfirmatori pada Variabel Daya Tarik Pelayanan .....	65
4.3.3	Analisis Faktor Konfirmatori pada Variabel Daya Saing Tarif .....	67

4.3.4	Analisis Faktor Konfirmatori pada Variabel Kepuasan Nasabah .....	70
4.3.5	Analisis Faktor Konfirmatori pada Variabel Keputusan Bertransaksi .....	71
4.3.6	Analisis Faktor Konfirmatori pada Variabel Eksogen .....	75
4.3.7	Analisis Faktor Konfirmatori pada Variabel Endogen .....	78
4.4	Pengujian Asumsi SEM .....	80
4.4.1	Evaluasi Normalitas Data .....	80
4.4.2	Evaluasi Outliers .....	82
4.4.3	Interprestasi dan Modifikasi Model.....	83
4.5	Pengujian Model Penelitian .....	84
4.6	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	87
4.7	Pengujian Hipotesis .....	91
4.6.1	Pengujian Hipotesis 1 .....	92
4.6.2	Pengujian Hipotesis 2 .....	93
4.6.3	Pengujian Hipotesis 3 .....	95
4.6.4	Pengujian Hipotesis 4 .....	96

## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1	Kesimpulan Hipotesis Penelitian .....	98
5.2	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	100
5.3	Implikasi Teoritis .....	102
5.4	Implikasi Manajerial .....	105
5.5	Keterbatasan Penelitian .....	108
5.6	Agenda Penelitian Mendatang .....	108

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Agen dan Transaksi.....	6
Tabel 1.2	<i>Research Gap</i> .....	9
Tabel 2.1	Penelitian-penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 2.2	Hipotesis yang Diajukan .....	39
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	42
Tabel 3.2	<i>Goodness of Fit Index</i> .....	56
Tabel 4.1	Deskripsi Jenis Kelamin Responden .....	57
Tabel 4.2	Deskripsi Pendidikan Responden .....	58
Tabel 4.3	Deskripsi Umur Responden .....	58
Tabel 4.4	Deskripsi Pekerjaan Responden .....	59
Tabel 4.5	Deskripsi Pendapatan Responden .....	59
Tabel 4.6	Deskripsi Pengeluaran Responden .....	60
Tabel 4.7	Deskripsi Transaksi Responden .....	60
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.9	Uji Konfirmatori Model .....	62
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Model</i> Variabel Daya Tarik Produk .....	64
Tabel 4.11	<i>Standardized Factor Confirmatory</i> untuk Variabel Daya Tarik Produk .....	65
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Model</i> Variabel Daya Tarik Pelayanan .....	66
Tabel 4.13	<i>Standardized Factor Confirmatory</i> untuk variabel Daya Tarik Pelayanan.....	67
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Model</i> Variabel Daya Saing Tarif .....	69
Tabel 4.15	<i>Standardized Factor Confirmatory</i> untuk Variabel Daya Saing Tarif .....	69
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Model</i> Variabel Kepuasan Nasabah .....	71

Tabel 4.17	<i>Standardized Factor Confirmatory</i> untuk Variabel Kepuasan Nasabah .....	72
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Model</i> Variabel Keputusan Bertransaksi .....	73
Tabel 4.19	<i>Standardized Factor Confirmatory</i> untuk Variabel Keputusan Bertransaksi .....	74
Tabel 4.20	Hasil Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Model</i> Eksogen.....	76
Tabel 4.21	<i>Regression Weight Konfirmatory</i> Variabel Eksogen .....	77
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Kelayakan <i>Structural Equation Model</i> Endogen .....	79
Tabel 4.23	<i>Regression Weight Konfirmatory</i> Variabel Endogen .....	79
Tabel 4.24	Hasil Uji Normalitas Data.....	81
Tabel 4.25	<i>Multivariate Outliers</i> .....	82
Tabel 4.26	<i>Standardized Residual Covariances</i> .....	84
Tabel 4.27	<i>Goodness of Fit Indexes</i> untuk Full Model.....	86
Tabel 4.28	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	88
Tabel 4.29	<i>Regression Weight Full Model</i> .....	89
Tabel 4.30	Hasil Uji Hipotesis .....	91
Tabel 5.1	Sumbangan terhadap Teori .....	103
Tabel 5.2	Implikasi Manajerial .....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar BRILink dan Pelayanannya.....	4
Gambar 1.2	Grafik Nominal Jumlah Transaksi .....	7
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	35
Gambar 2.2	Model Variabel Daya Tarik Produk .....	36
Gambar 2.3	Model Variabel Daya Tarik Pelayanan .....	36
Gambar 2.4	Model Variabel Daya Saing Tarif .....	37
Gambar 2.5	Model Variabel Kepuasan Nasabah .....	37
Gambar 2.6	Model Variabel Keputusan Bertransaksi .....	38
Gambar 3.1	Diagram Path .....	50
Gambar 4.1	Faktor Konfirmatori pada Variabel Daya Tarik Produk ..	64
Gambar 4.2	Faktor Konfirmatori pada Variabel Daya Tarik Pelayanan .....	65
Gambar 4.3	Faktor Konfirmatori pada Variabel Daya Saing Tarif .....	68
Gambar 4.4	Faktor Konfirmatori pada Variabel Kepuasan Nasabah ..	71
Gambar 4.5	Faktor Konfirmatori pada Variabel Keputusan Bertransaksi .....	73
Gambar 4.6	Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen .....	75
Gambar 4.7	Analisis Faktor Konfirmatori Endogen .....	78
Gambar 4.8	Hasil Pengujian Model Penelitian .....	85
Gambar 5.1	Pengaruh Daya Tarik Produk terhadap Kepuasan Nasabah .....	101
Gambar 5.2	Pengaruh Daya Tarik Layanan terhadap Kepuasan Nasabah .....	101
Gambar 5.3	Pengaruh Daya Saing Tarif terhadap Kepuasan Nasabah .....	102
Gambar 5.4	Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Keputusan Bertransaksi .....	102

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 01 Kuesioner

Lampiran 02 Output Program AMOS