

**PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH
(STUDI KASUS : PT BANK RAKYAT INDONESIA TBK YOGYAKARTA)**

TESIS



Diajukan oleh:

APRILIA KUSUMAWATI

No. Mhs. :16911036

**PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018**

**PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH
(STUDI KASUS : PT BANK RAKYAT INDONESIA TBK YOGYAKARTA)**

TESIS

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-2 Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta



**PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, September 2018



Aprilia Kusumawati

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu

Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah

Bacalah, dan TUHANmulah yang Maha Mulia

mengajar manusia dengan pena,

Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya

(QS : Al-'Alaq 1-5)

Maka nikmat TUHANmu yang manakah yang kamu dustakan ?

(QS : Ar-Rahman 13)

Niscaya ALLAH akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman diantaramu

dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat

(QS : Al-Mujadilah 11)

Waktu yang sudah kujalani dengan hidup yang sudah menjadi takdirku, sedih, bahagia dan bertemu dengan orang-orang yang memberiku sejuta pengalaman bagiku, yang telah memberi warna-warni kehidupanku. Kubersujud dihadapan Mu, Alhamdulillah... Alhamdulillah... Alhamdulillahirobbil' alamin

Sujud syukurku kepada Mu yang Maha Agung dan Maha Tinggi, Maha Adil dan Maha Penyayang atas takdirmu telah jadikan hamba manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku.

Amin... Amin... Alhamdulillahirobbil' alamin

HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (QS. Al-Insyrah, 6-8)

“Education is the best equipment for the old day”

“Work hard, always be myself no matter what they say and never be anyone else even if they look better”

“Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah.” (Lessing)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan HidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **“PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS : PT BANK RAKYAT INDONESIA TBK YOGYAKARTA)”**

Tak lupa shalawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar kesarjanaan strata-2 Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Selama penyusunan tesis ini begitu banyak pihak yang membantu Penulis baik secara material maupun imaterial. Untuk itu perkenalkanlah pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahNya, serta memberikan kemudahan hingga terselesainya tesis ini.
2. Bapak Dr.Jaka Sriyana,S.E.,M.Si.,Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Zainal Mustafa, EQ., MM .,selaku Direktur Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Drs. Sumadi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan arahan yang konstruktif dalam penulisan ini.
5. Bapak Drs. Anas Hidayat, MBA., Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan berbagai pengarahan dan masukan positif terhadap pengembangan Tesis ini.
6. Seluruh staff akademik UII Yogyakarta : Mbak Tika, Mas Indi, Mba Iin, Pak Taufik, Pak Widodo, Bu Nunung, Bu Tatik, Bu Erni dan lain-lain. Terima kasih atas dukungannya dalam memberikan kelancaran selama proses studi.

7. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Yogyakarta Cik Ditiro, Kcp Maguwo, Kcp Seturan.
8. Kedua Orang tuaku tersayang (Iptu Sugiyanto dan Suparmiati) dan Nenekku (Sugiyarti) yang selalu mencurahkan cinta, kasih sayang, dorongan, nasihat, bimbingan, tauladan serta doa yang selalu mengiringi langkahku sampai saat ini.
9. Kakak sepupuku Mbak Miranda Kenongo Wulan, MM dan Mas Wikan Widya Kusuma, ST yang penuh kesabaran setia menemani, membantu, memotivasi dan selalu memberikan waktu untukku dalam menyelesaikan tesis ini.
10. Keluarga besar kelas MM 47 C UII yang telah berjuang bersama dari awal hingga akhir perkuliahan.
11. PT Bank Perkreditan Rakyat UGM, (Direksi, Pimpinan, Dan rekan rekan yang tidak bias saya sebutkan satu persatu) yang selalu memberikan kesempatan mendukung dan membantu dalam menyelesaikan tesis ini.
12. Kelas Pemasaran 47 MM UII yang telah berjuang bersama selama satu semester.
13. Sabahat dan Teman-teman serta berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang terlibat dalam proses penyusunan tesis ini.

Rasa terima kasih juga penulis sampaikan untuk semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dan tidak dapat kami sebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca sangat penulis harapkan.

Semoga segala bantuan, doa, dan dukungan yang telah diberikan dapat menjadi amal ibadah dan diterima Allah subhanahu wa ta'ala. Pada akhirnya penulis mengucapkan jazaakumullaahu khairan dan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, September 2018

(Aprilia Kusumawati)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN TESIS	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep-Konsep Teoritik	10
2.1.1 Loyalitas Nasabah	10
2.1.2 Kepuasan Nasabah	13

2.1.3 Corporate Social Responsibility	19
2.1.3.1 Ethical CSR	27
2.1.3.2 Philanthropic CSR	28
2.2 Kerangka Pikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	31
3.2.2.1 Cara Pengambilan Sampel	32
3.2.2.2 Jumlah atau Ukuran Sampel	32
3.2.3 Data	33
3.2.3.1 Jenis Data	33
3.2.3.2 Cara Pengumpulan Data	33
3.3 Definisi Operasional dan Variabel	34
3.4 Instrumen Penelitian	35
3.4.1 Uji Validitas	36
3.4.2 Uji reliabilitas	37
3.5 Analisis Data	37
3.5.1 Gambaran Umum responden	37
3.5.2 Deskripsi Skor Variabel Penelitian	38
3.5.3 Analisis Struktural	38
3.6 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner	39
3.6.1 Kuesioner Loyalitas Nasabah	39
3.6.2 Kuesioner Kepuasan Nasabah	40
3.6.3 Kuesioner Ethical CSR	41
3.6.4 Kuesioner Philantropic CSR	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Responden	44

4.1.1 Jenis Kelamin	44
4.1.2 Usia	45
4.1.3 Pekerjaan	45
4.1.4 Pendidikan	46
4.1.5 Lama Menjadi Nasabah BRI	47
4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	48
4.2.1 Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah	48
4.2.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah	49
4.2.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Ethical CSR	50
4.2.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Philantropic CSR	51
4.3 Analisis SEM	52
4.3.1 Uji Data	52
4.3.1.1 Uji normalitas	52
4.3.1.2 Uji Outlier	53
4.3.2 Pengujian CFA (<i>Measurement Model</i>)	57
4.3.3 Struktur Model	59
4.4 Pengujian Hipotesis	63
4.4.1 Pengujian Hipotesis Pertama	63
4.4.2 Pengujian Hipotesis Kedua	63
4.4.3 Pengujian Hipotesis Ketiga	64
4.4.4 Pengujian Hipotesis Keempat	64
4.4.5 Pengujian Hipotesis Kelima	65
4.5 Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3.2 Parameter Uji GOF	38
Tabel 3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Loyalitas Nasabah	39
Tabel 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kepuasan Nasabah	38
Tabel 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Ethical CSR	40
Tabel 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Philantropic CSR	41
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah BRI	46
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Masing-Masing Pernyataan	47
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Masing-Masing Pernyataan	48
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Masing-Masing Pernyataan	49
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Masing-Masing Pernyataan	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Data	52
Tabel 4.11 Uji Outlier	53
Tabel 4.11a Mahalanobis Distance	54
Tabel 4.12 Loading Factor Loyalitas Nasabah	57
Tabel 4.13 Loading Factor Kepuasan Nasabah	58
Tabel 4.14 Loading Factor Ethical CSR	58
Tabel 4.15 Loading Factor Philantropic CSR	59
Tabel 4.16 Uji Kecocokan Modal	60
Tabel 4.17 Koefisien Jalur	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	29
Gambar 4.1 Hasil SEM (Model Struktural)	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Lampiran 3 Deskripsi Variabel Penelitian

Lampiran 4 Skor Variabel Penelitian

Lampiran 5 Deskripsi Variabel Penelitian

Lampiran 6 Hasil Analisis SEM

Lampiran 7 Hasil CFA

Lampiran 8 Skor Masing- masing Pertanyaan

**EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) APPLICATION ON
CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY
(CASE STUDY: PT BANK RAKYAT INDONESIA TBK YOGYAKARTA)**

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of CSR application on customer satisfaction and loyalty of PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Yogyakarta Branch Office Cik Ditiro. The research subject is PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Yogyakarta Branch Office Cik Ditiro, Kcp Seturan, Kcp Maguwo totaled 150 people. The sampling in this study was conducted by convenience sampling. Data retrieval method uses a questionnaire with a modification of the Likert scale which was developed based on instruments that were used by Gunes and Geraldine (2015) and tested for validity and reliability before being circulated to the respondents of this study.

Structural Equation Modeling (SEM) is used to test hypotheses. The results of the analysis show that customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty. In addition, CSR (ethical, Philanthropic) has a positive effect on customer satisfaction and loyalty.

Results of this study are consistent with the findings reinforce and several previous studies. It is very useful for marketing practitioners in developing marketing strategies PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cik Ditiro Yogyakarta Branch Office.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Marketing.

***PENGARUH PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH
(STUDI KASUS : PT BANK RAKYAT INDONESIA TBK YOGYAKARTA)***

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh penerapan CSR terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Yogyakarta Cik Ditiro. Subyek penelitian adalah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Yogyakarta Cik Ditiro, Kcp seturan, Kcp maguwo berjumlah 150 orang. Adapun pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara convenience sampling. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner dengan modifikasi skala Likert yang dikembangkan berdasarkan instrumen yang pernah digunakan oleh Gunes dan Geraldine(2015) serta diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum diedarkan kepada responden penelitian ini.

Structural Equation Modeling (SEM) dipergunakan untuk menguji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, CSR (ethical, Philanthropic) berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini memperkuat dan konsisten dengan temuan beberapa penelitian sebelumnya. Hal ini sangat bermanfaat bagi praktisi pemasaran dalam menyusun strategi pemasaran PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Yogyakarta Cik Ditiro.

Kata kunci: CSR, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.