

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH REPUTASI MEREK TERHADAP LOYALITAS
NASABAH PT.BANK BNI, Tbk CABANG GORONTALO

SKRIPSI

Oleh

Maulinda Indah Nanue

931 414 066

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

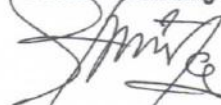
Dosen Pembimbing I



Tineke Wolok, ST.,M.M

NIP. 19730523 200604 2 002

Dosen Pembimbing II



Idris Yanto Niode, S.Pd, MM

NIP. 19781026 200501 1001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Hais Dama, SE, M.Si

NIP. 19730305 200212 2 003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Reputasi Merek Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Negara Indonesia, Tbk., Cabang
Gorontalo

Oleh
MAULINDA INDAH NANUE
NIM. 931414066

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Selasa, 20 Maret 2018

Waktu : 10.00-11.00

Penguji

1. **RAFLIN HINELO, S.Pd., M.Si**
NIP. 197306181999031001
2. **RIZAN MACHMUD, S.Kom, M.Si**
NIP. 198307162009121006
3. **TINEKE WOLOK, ST., M.M.**
NIP. 197305232006042002
4. **IDRIS YANTO NIODE, S.Pd, MM**
NIP. 197810262005011001

1. 

2. 

3. 

4. 

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi




IMRAN ROSMAN HAMBALI, S.Pd., SE., MSA
NIP.197008231999031005

ABSTRAK

Maulinda Indah Nanue. Nim 931414066. S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Tahun 2018. Pengaruh Reputasi Merek Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BNI, Tbk Cabang Gorontalo. Pembimbing I Ibu Tineke Wolok, ST.,M.M dan Pembimbing II Bapak Idris Yanto Niede S.Pd. MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris ; Apakah reputasi merek berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. BNI, Tbk Cabang Gorontalo.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BNI, Tbk Cabang Gorontalo berjumlah 13.260 nasabah dan jumlah sampel 99 nasabah. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah Probability sampling, yaitu semua elemen dan populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan metode *proportionate stratified random sampling* yang merupakan metode pengambilan sampel yang dipilih secara acak dengan memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan dan analisis data menggunakan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian melalui pengujian dengan uji t diperoleh nilai signifikan $T_{\text{value}} (0.000) < \alpha (0.5)$ dan nilai uji $T_{\text{hitung}} (8,391) > T_{\text{tabel}} (1,661)$ dengan koefisien determinasi sebesar 95% dengan demikian maka hipotesis penelitian teruji kebenarannya bahwa Reputasi Merek yang semakin baik akan mempertahankan Loyalitas Nasabah PT. BNI, Tbk Cabang Gorontalo.

Kata Kunci : Reputasi Merek, Loyalitas Nasabah.

ABSTRACT

Maulinda Indah Nanue. Student Id. 931414066. Bachelor of Management, Faculty of Economics, 2018. The Influence of Brand Reputation towards Customers' Loyalty at PT. BNI, Tbk, Branch of Gorontalo. The principal supervisor is Tineke Wolok, ST., M.M and Co-supervisor is Idris Yanto Niode S.Pd., MM.

This research aims to test and prove empirically the influence of brand reputation towards customers' loyalty at PT. BNI, Tbk, Branch of Gorontalo. The population of this research is 13.260 customers of PT. BNI, Tbk, Branch of Gorontalo and samples are 99 customers determined by applying probability sampling technique; all elements and population have the same opportunity to be the samples. Besides, it applies proportionate stratified random sampling method by randomly determining the samples through concerning on strata of the population. Data that have been collected are analyzed through simple regression analysis.

Findings reveal that t-test result obtains significance value of T_{value} for 0,000 which is lower than alpha (0,5) and T_{count} (8,391) is higher than T_{table} (1,661). Determination coefficient result is 95%, thus, research hypothesis has been verified which indicates that the better the brand reputation, the more stable the customers' loyalty at PT. BNI, Tbk, Branch of Gorontalo.

Keywords: Brand Reputation, Customers' Loyalty

