

**PENGARUH CITRA MEREK PRODUK TABUNGAN “BUNG ANDI”  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Pada Nasabah Tabungan “ Bung Andi” Koperasi Prajurit Sitarjo)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

**Yayank Avrilia**

**202010160311130**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK PRODUK TABUNGAN “BUNG ANDI” TERHADAP  
LOYALITAS ANGGOTA DENGAN KEPUASAN ANGGOTA SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(STUDI : PADA KOPERASI PRAJURID SITIJARJO )**

Oleh :

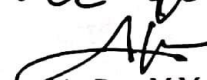
**Yayank Avrilia**

**202010160311130**

Malang, 12 Desember 2023

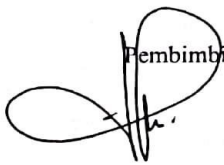
Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

*ave yija 20/12/23*  


Noor Aziz, Drs., M.M.

Pembimbing II



Chalimatuz Sa'adiyah S.E., M.M

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK PRODUK TABUNGAN "BUNG ANDI"  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi pada Nasabah Tabungan "Bung Andi" Koperasi Prajurit Sitarjo)**

Oleh :

**Yayank Avrilia**  
202010160311130

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 05 Januari 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Drs. Noor Azis, M.M.**

**Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### **PENGARUH CITRA MEREK PRODUK TABUNGAN "BUNG ANDI" TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Nasabah Tabungan "Bung Andi" Koperasi Prajurit Sitarjo)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Yayank Avrilia**

NIM : **202010160311130**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 05 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

Penguji II : **Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.**

Penguji III : **Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.**

Penguji IV : **Drs. Noor Azis, M.M.**

1.   
2.   
3.   
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**



**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Yayank Avrilia  
NIM : 202010160311130  
Program Studi : Manajemen  
Surel : [yayankavr21@gmail.com](mailto:yayankavr21@gmail.com)

Dengan ini, menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya ilmiah sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan. Bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dan hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan-bahan sumber acuan dengan menyediakan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan karya ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 27 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



Yayank Avrilia

# **Pengaruh Citra Merek Produk Tabungan “Bung Andi” terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening**

(Studi pada Nasabah Tabungan “Bung Andi” Koperasi Prajurit Sitarjo)

Yayank Avrilia\*<sup>1</sup>, Noor Aziz<sup>2</sup>, Chalimatuz Sa’diyah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia Corresponding  
E-mail: [yayankavr21@gmail.com](mailto:yayankavr21@gmail.com)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek produk tabungan “Bung Andi” terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan nasabah. Sebanyak 271 nasabah tabungan khusus “Bung Andi” sebagai sampel dalam penelitian dengan memilih teknik *probability sampling* yaitu *simple random sampling* dalam proses pengambilan sampel. Data dikumpulkan melalui kuisioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis jalur yang dibantu oleh software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan nasabah. Penelitian ini dimaksud dapat memberikan gambaran perusahaan untuk meningkatkan citra merek produk tabungan “Bung Andi” terhadap loyalitas nasabah dimasa yang akan datang.

Kata kunci: *Citra Merek, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah*

# **The Effect of Brand Image of "Bung Andi" Savings Product on Member Loyalty with Member Satisfaction as an Intervening Variable**

(Studi pada Nasabah “Bung Andi” Koperasi Prajurit Sitarjo)

Yayank Avrilia\*<sup>1</sup>, Noor Aziz<sup>2</sup>, Chalimatuz Sa’diyah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia Corresponding  
E-mail: [yayankavr21@gmail.com](mailto:yayankavr21@gmail.com)

## **Abstract**

*This research aims to determine the influence of the brand image of the savings product "Bung Andi" on member loyalty which is mediated by member satisfaction. A total of 271 members of the special savings account "Bung Andi" were sampled in the research by choosing a probability sampling technique, namely simple random sampling, in the sampling process. Data was collected through questionnaires. Data analysis was carried out using path analysis assisted by SmartPLS 3.0 software. The research results show that brand image has a positive and significant effect on member satisfaction, brand image has a positive and significant effect on member loyalty, member satisfaction has a positive and significant effect on member loyalty, and brand image has a positive and significant effect on member loyalty which is mediated by member satisfaction. This research is intended to provide an overview of the company to improve the brand image of the savings product "Bung Andi" towards member loyalty in the future.*

**Keywords**— *Brand image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT ata segala rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek Produk Tabungan Bung Andi terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada Koperasi Prajurit Sitarjo”. Penulisan ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat sarjana manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwasannya skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Sebagai bentuk rasa syukur dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Yang Maha Kuasa Allah SWT, karena rahmat dan kehendaknya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Prof. Dr. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
3. Prof. Hj. Idah Zuhroh, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Nurul Asfiah, M.M., sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
5. Noor Aziz, Drs., M.M selaku dosen pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktu, kesabaran dalam membimbing, mengoreksi serta memberikan petunjuk dalam proses penyelesaian skripsi ini.



6. Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing 2 yang telah bersedia meluangkan waktunya, membimbing, sabar, mengoreksi serta dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh karyawan dan ketua Koperasi Prajurit Sitarjo yang telah memberikan izin dan informasi terkait penelitian ini.
8. Ayah dan Bunda saya tercinta, Bapak Suyitno dan Ibu Anjarini selaku kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat, motivasi, doa dan dukungan baik secara moral maupun materil serta kasih sayang yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh studi dan skripsi ini dengan baik.
9. Kakek dan Nenek saya tercinta, Bapak Sunarto dan Ibu Sunarsih yang telah mendoakan, memberi semangat, kasih sayang serta dukungan yang tiada henti kepada saya untuk meraih gelar sarjana.
10. Seluruh keluarga Devista Meyrani, Ahmad Rossy Julyando selaku adik kandung saya serta Ibu Farida, Bapak Sutariyono, Rendy Septian, Adinda Natasya selaku tante, om dan sepupu saya yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk saya termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Mr.Rahadian Pribadi Prakosa, S.E selaku guru SD saya yang telah membantu, memberikan semangat dan dukungan kepada saya agar skripsi ini segera terselesaikan.
12. Fika Kuntu Taqiyah, Salsabila Divatia, Febriantoro dan teman – teman lainnya yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, dan bantuan kepada saya dalam proses penyusunan skripsi ini.

13. Diri saya sendiri, yang telah mampu berkomitmen penuh, menepati janji kepada orangtua untuk tepat waktu, dan berusaha menguatkan mental dalam menghadapi beberapa cobaan pada saat penyusunan skripsi ini.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan doa tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan serta sebuah ibadah yang tidak ternilai. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan serta semoga dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

*Wabillahitaufiq, Wal Hidayah.*

Malang, 27 Desember 2023

Yayank Avrilia



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	1
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Dasar Teori.....	11
1. Loyalitas Nasabah .....	18
2. Citra Merek .....	23
3. Kepuasan Nasabah .....	23
B. Penelitian terdahulu.....	27
C. Kerangka konseptual.....	32
D. Hipotesis penelitian.....	33
<b>BAB III</b>	
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Lokasi Penelitian.....	36

B. Jenis Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel .....	37
D. Definisi Operasional Variabel.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Instrumen pengukuran data.....	40
G. Teknik Pengukuran data.....	41
H. Metode analisis data.....	42
1. Model pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	44
2. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	45

#### **BAB IV**

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 50**

A. Gambaran umum objek penelitian .....	50
1. Sejarah singkat Koperasi Prajurit Sitarjo.....	50
2. Visi dan Misi Koperasi Prajurit Sitarjo.....	51
B. Analisis Hasil Penelitian .....	51
C. Hasil Uji Instrumen.....	54
1. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	54
2. Model structural ( <i>Inner Model</i> ).....	60
D. Uji Hipotesis.....	65
E. Pembahasan.....	68

#### **BAB V**

#### **PENUTUP..... 73**

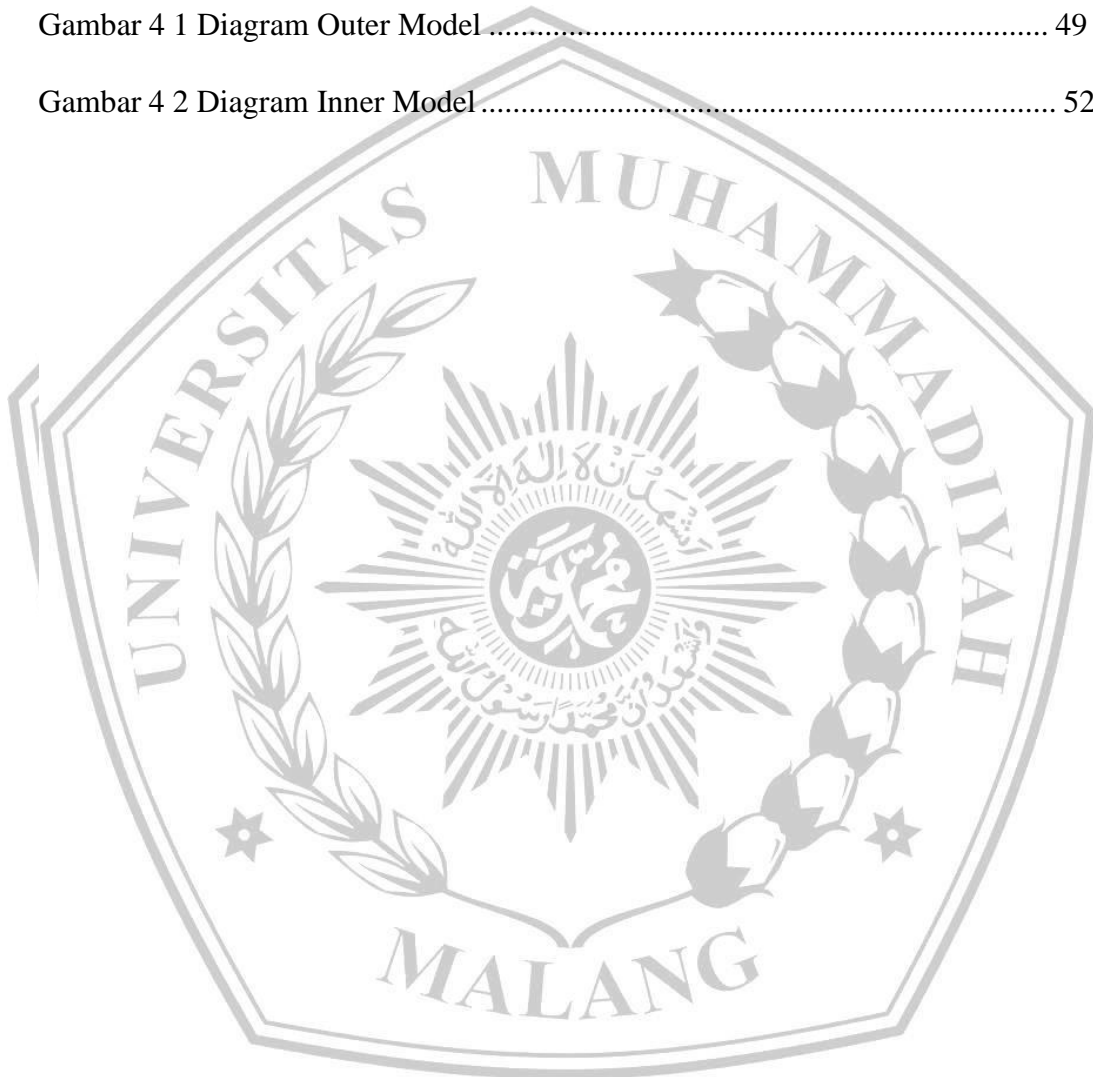
A. Simpulan .....	73
B. Saran.....	74

#### **DAFTAR PUSTAKA ..... 77**

#### **LAMPIRAN..... 80**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Dasar Teori.....	10
Gambar 2 2 Kerangka konseptual.....	27
Gambar 4 1 Diagram Outer Model.....	49
Gambar 4 2 Diagram Inner Model.....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Pesaing diwilayah koperasi prajurid Sitarjo .....	4
Tabel 1 2 Data program tabungan.....	5
Tabel 1 3 Rekap jumlah nasabah tetap.....	6
Tabel 1 4 Research Gap .....	7
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3 1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3 2 Skala Pengukuran Data .....	36
Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	44
Tabel 4 2 Karakteristik responden .....	45
Tabel 4 3 Karakteristik responden .....	46
Tabel 4 4 Karakteristik responden berdasarkan lama masa penggunaan.....	46
Tabel 4 5 Hasil Uji Outer Loading.....	47
Tabel 4 6 Validitas Konvergen (AVE).....	49
Tabel 4 7 Validitas Diskriminasi.....	50
Tabel 4 8 Hasil Analisis Heteroit – Monotrait Ratio (HTMT) .....	50
Tabel 4 9 Hasil Uji Cronbach’s Alpha dan Composite reliability .....	51
Tabel 4 10 Hasil Uji Model Fit .....	53
Tabel 4 11 Hasil Uji Multikolinieritas (VIF) .....	53
Tabel 4 12 Hasil Uji R-Square .....	54
Tabel 4 13 Hasil Uji F Square.....	55

Tabel 4 14 Hasil Uji T..... 57

Tabel 4 15 Hasil Uji Mediasi ..... 59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	70
Lampiran 2 Rekapitulasi Skor Responden .....	75
Lampiran 3 Frekuensi Karakteristik Responden.....	117
Lampiran 4 Hasil Uji Instrument <i>Convergent Validity</i> .....	119
Lampiran 5 Rekapitulasi nilai AVE.....	120
Lampiran 6 Nilai <i>Diskriminan Validity</i> .....	120
Lampiran 7 Hasil HTMT.....	120
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	120
Lampiran 9 Hasil Uji Model Fit.....	121
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	121
Lampiran 11 Hasil Uji <i>R-Square</i> .....	121
Lampiran 12 Hasil Uji <i>F-Square</i> .....	121
Lampiran 13 Hasil Uji <i>Q-Square</i> .....	122
Lampiran 14 Hasil Uji T .....	122
Lampiran 15 Hasil Uji Mediasi.....	122



## DAFTAR PUSTAKA

- Apep Mustofa, M. (2022). Effect of Brand Image, Promotion and Physical Distribution on Brand Loyalty with Customer Satisfaction as the Intervening Variable. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, 1(11), 1934–1951. <https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i11.208>
- Internasional*, J., Asia, M., Vol, I., Apriansyah, A., & Muhmin, A. H. (2023).
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>
- Aprioman, R. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Kantong Plastik Tomat. *Jurnal Papatung*, 4(2), 39.
- Chin. (1998). *The partial least squares approach for structural equation modeling*. (In George A. Marcoulides (Ed.) (ed.); Modern Met). Lawrence Erlbaum Associates.
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. (2007). Research Methods for Business. In *Education + Training* (Vol. 49, Issue 4). <https://doi.org/10.1108/et.2007.49.4.336.2>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Handoko, T. H. (2001). *Manajemen Personalia & Sumberdaya Manusia*. 32–48.
- Haryono, S. (2016). Metode Sem Untuk Penelitian Manajemen. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 450.
- Hernikasari, I., & Ali, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga dan Kualitas Produk (Review Manajemen

- Pemasaran*). 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Heryana, A. (2014). Hipotesis Penelitian. *Eureka Pendidikan*, June, 1. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>
- Intan & lucky. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 98–105.
- Internasional*, J., Asia, M., Vol, I., Apriansyah, A., & Muhmin, A. H. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Xiaomi Melalui Kepuasan Pelanggan. 2(2), 117–128.
- Lestari, K. W. D., & Honor Satrya, I. G. B. (2023). Kepuasan Kerja Memediasi Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasional Pada Pt. Japan Travel Agency. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(01), 1609. <https://doi.org/10.24843/eeb.2023.v12.i01.p08>
- Lies, S., Susanti, I., Stie, W., & Nusantara, P. (n.d.). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Temanggung).
- Nafiah, N., & Nugraha Pratama, A. A. (2021). Pengaruh Customer Intimacy, Promosi, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Godean 3 dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *TRANSFORMATIF*, 5(2), 177–190. <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.3182>
- PUTRI, A. R. A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bank Muamalat. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id* (Vol. 1). [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55897%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55897/1/ADE\\_RIZKI\\_AVLLIA\\_PUTRI-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55897%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55897/1/ADE_RIZKI_AVLLIA_PUTRI-FEB.pdf)
- Rachmawati, N. A., Gani, L., & Rossieta, H. (2017). Loyalitas Nasabah Dan Kinerja Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1). <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1235>
- Restanti, E. Y., Indrawati, M., & Muninghar, M. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Di Bappeda Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 732–744. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.395>
- Rifdah, S., Saidani, B., & Parlyna, R. (n.d.). Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Kabar.
- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *JMB*

(*Jurnal Manajemen Dan Bisnis*), 1(1).  
<https://doi.org/10.30743/magister.v1i1.1607>

Rohana, T. (2020). Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 28–32.  
<http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>

Safira, B. G., & Lestariningsih, M. (n.d.). *Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Produk Wardah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.

Saherbanun, T., Mahdum, & Makhdalena. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja Guru SD Negeri di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. *Instructional Development Journal (IDJ)*, 4(4), 137–144.

Septiana, N. M., Artiningsih, D. W., & Hairudinor, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Pt Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 24.  
<https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10955>

Sitepu, C. F., & Hasyim, H. (2018). Perkembangan Ekonomi Koperasi di Indonesia. *Niaga*, 7(2), 59–68. <https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10751>

Utomo, I. W. (2017). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* pelanggan online shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, VIII(1), 78.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>

Wardhana, A. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*, 105–116.

Wijayanti, N. (2010). *Faktor - faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Tbk*. 146.

Wulur, L. M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). Effect of Service Quality and Brand Trust on Customer Satisfaction and Customer Loyalty Pertamina Hospital Balikpapan. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01), 72–83. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.908>

Yusuf, M., Aris Safi, M., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda* (Vol. 4, Issue 1). [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

Intan & lucky. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. *Journal of Economic, Bussines*

*and Accounting (COSTING), 3(1), 98–105.*



## Hasil Plagiasi



- Internasional, J., Asia, M., Vol, I., Apriansyah, A., & Muhmin, A. H. (2023). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Xiaomi Melalui Kepuasan Pelanggan*. 2(2), 117–128.
- Lies, S., Susanti, I., Stie, W., & Nusantara, P. (n.d.). *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Temanggung)*.
- Nafiah, N., & Nugraha Pratama, A. A. (2021). Pengaruh Customer Intimacy, Promosi, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Godean 3 dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Transformatif*, 5(2), 177–190. <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.3182>
- Rachmawati, N. A., Gani, L., & Rossieta, H. (2017). Loyalitas Nasabah Dan Kinerja Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1). <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1235>
- Rifdah, S., Saidani, B., & Parlyna, R. (n.d.). *Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Kabar*.
- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *JMB (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 1(1). <https://doi.org/10.30743/magister.v1i1.1607>

13

## Pengaruh Citra Merek Produk Tabungan “Bung Andi” terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota sebagai Variabel Intervening (Studi pada Anggota “Bung Andi” Koperasi Prajurit Sitarjo)

### ORIGINALITY REPORT

**2%**  
SIMILARITY INDEX

**2%**  
INTERNET SOURCES

**2%**  
PUBLICATIONS

**4%**  
STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

**1** Submitted to Keimyung University  
Student Paper

**2%**

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  Off

Exclude matches < 2%