

Skripsi Sarjana
Program Studi Manajemen
Semester Ganjil 2018/2019

**ANALISA PENGARUH SERVICE QUALITY DAN CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
DENGAN VARIABEL INTERVENING CUSTOMER-COMPANY
IDENTIFICATION DI BANK KONVENSIONAL BATAM**

NPM: 1541231

Emily Alvina

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal yang dapat mempengaruhi tingkat kesetiaan nasabah bank konvensional yang ada di kota Batam. Corporate social responsibility dan service quality sebagai variable bebas, customer-company identification sebagai variable intervening dan customer loyalty sebagai variable dependen.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah bank BNI, BRI dan BCA yang berada di kota Batam beserta mengetahui pengetahuan mengenai program CSR yang telah dilaksanakan oleh bank tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan 300 kuesioner dan hanya 262 kuesioner yang dinyatakan valid dan akan digunakan untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan program Smart PLS 3.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa, service quality dan corporate social responsibility memiliki pengaruh positif terhadap customer company identification, customer-company identification memiliki pengaruh positif terhadap customer loyalty, service quality dan corporate social responsibility memiliki pengaruh positif terhadap customer loyalty dengan variable intervening customer company identification.

Kata kunci: Service quality, corporate social responsibility, customer loyalty, customer company identification.