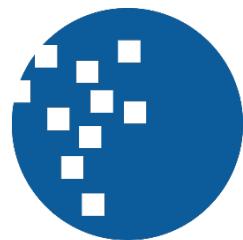


**PENGARUH PROGRAM CSR BRI PEDULI
SELAMA PANDEMI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK
(Survei kepada Nasabah Bank BRI)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Steffaney Olympia Simphoney

00000029965

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**PENGARUH PROGRAM CSR BRI PEDULI
SELAMA PANDEMI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK
(Survei kepada Nasabah Bank BRI)**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama

Nomor Induk Mahasiswa

Program studi

: Steffaney Olympia Simphoney

00000029965

: Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

“Pengaruh Program CSR BRI Peduli Selama Pandemi Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Dimediasi oleh Citra Merek (Survei kepada Nasabah Bank BRI)”, merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 06 Juli 2022



(Steffaney Olympia Simphoney)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH PROGRAM CSR BRI PEDULI SELAMA PANDEMI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK (Survei kepada Nasabah Bank BRI)

Nama

NIM

Program Studi

Fakultas

Oleh

: Steffaney Olympia Simphoney
00000029965

: Ilmu Komunikasi

: Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 22 Juli 2022

Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Digitally signed
by Chininta
Rizka Angelia
Date: 2022.07.04
16:55:57 +07'00'

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si

NIDN: 0320079201

Penguji

Ujang Rusdianto, S.I.Kom, M.Ikom

NIDN: 0328058801

Pembimbing

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.
NIDN: 0304039001

Digitally signed by
Fakhriy Dinansyah
Date: 2022.07.04
20:17:26 +07'00'

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.
NIDN: 0308117706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Steffaney Olympia Simphoney
NIM 00000029965
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

“Pengaruh Program CSR BRI Peduli Selama Pandemi Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Dimediasi oleh Citra Merek (Survei kepada Nasabah Bank BRI)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 06 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Steffaney Olympia Simphoney)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat penyertaan, kebaikan serta kasih-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Program CSR BRI Peduli Selama Pandemi Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Dimediasi oleh Citra Merek (Survei kepada Nasabah Bank BRI)”. Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan penulis untuk meraih gelar S1 Ilmu Komunikasi Di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama melakukan penelitian, penulis menyadari masih ada kekurangan yang tentunya tidak terlepas dari berbagai macam kendala yang dialami. Penulis percaya bahwa atas dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, akhirnya proposal skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Tanpa bimbingan, dukungan, dan motivasi dari mereka, laporan ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang selalu mendukung selama melakukan penelitian ini:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan izin untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.
4. Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, arahan, dan motivasi sehingga penulis dapat menghasilkan penelitian ini dengan baik hingga selesai.
5. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan berupa doa untuk penulis dan serta menaruh keyakinannya pada penulis untuk memberikan yang terbaik selama proses menyelesaikan penelitian.

6. Manusia HOTS (Gabriela, Jessica, Eliana), sebagai teman seperjuangan selama berkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara dari awal perkuliahan hingga akhir membantu bertukar pikiran, mendukung dan mengasihi penulis.
7. Teman-teman seperjuangan Pocecip Pwens (Felicia dan Denada) yang telah berjuang bersama dan selalu mendengarkan cerita penulis.
8. Sahabat baik penulis (Evi Millenia, Jessica Quesirin, Karmill Tri Nanda, Charity Queency, Gladys Lydia), yang selalu memberikan dukungan penuh, motivasi, dan waktunya untuk terus mendengarkan cerita penulis.
9. Maria Soterini, seorang sahabat setia penulis, *sister from another mother*, ibunda TCP, terima kasih untuk selalu setia memberikan waktunya untuk mendengarkan, mendukung dan mennisahit serta mendoakan penulis.
10. The Covenant People (Shella, Kenny, Kebob, Ko Evo, Nael, Grace, Philip, Vincent, Mike, AOG 36, AOG 44 dan yang tidak dapat disebutkan), teman-teman dari GMS Tangerang yang selalu mendengarkan dan mendukung penulis dari sisi rohani sehingga penulis tetap terus bisa melanjutkan dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
11. Phoebe Phylicia, Oeren Lee, Gilbert Calvin, Helen, serta seluruh pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas bantuan dan dukungannya selama penelitian ini berlangsung.

Penulis juga menyadari bahwa ketidaksempurnaan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari penelitian ini ini. Oleh sebab itu, penulis terbuka dengan berbagai macam kritik dan saran dari para pembaca. Penulis juga berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh orang yang membacanya.

Tangerang, 06 Juli 2022

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**



(Steffaney Olympia Simphoney)

**PENGARUH PROGRAM CSR BRI PEDULI
SELAMA PANDEMI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK
(Survei kepada Nasabah Bank BRI)**

Steffaney Olympia Simphoney

ABSTRAK

Selama pandemi Covid-19, meskipun industri perbankan Indonesia dikatakan masih memiliki posisi yang kuat, bank – bank yang ada di Indonesia terus berusaha mempertahankan posisinya di hadapan publik dan konsumen. Perusahaan mulai mencari strategi yang sesuai untuk membantu mempertahankan loyalitas pelanggan dan citra merek selama pandemi. Salah satu strategi yang telah dibuktikan oleh para peneliti maupun perusahaan adalah penggunaan program *Corporate Social Responsibility*. BRI sendiri memiliki program CSR yang dikenal dengan nama BRI Peduli. Melalui *website* resminya, BRI mempublikasikan informasi seputar program CSRnya ini. Selain itu bank BRI juga berhasil mendapatkan penghargaan “TOP CSR Awards 2021 #Star5” dan “TOP Leader on CSR Commitment 2021” menunjukkan keseriusan bank BRI dalam menjalankan program CSR dan bukan sekedar kewajiban semata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah program CSR BRI Peduli selama pandemi berhasil membawa pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan bank BRI dimediasi oleh Citra Merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei berupa kuesioner yang disebarluaskan kepada pengikut akun Instagram Bank BRI (@bankbri_id). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh CSR terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 44,3%, CSR terhadap Citra Merek sebesar 25,8%, Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 19,6%, dan CSR terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi oleh Citra Merek sebesar 37,2%. Dari hasil penelitian ditemukan yaitu setiap hipotesis yang diuji diterima dengan pengaruh yang signifikan pada setiap variabelnya.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, Loyalitas Pelanggan, Citra Merek, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero)

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

**THE INFLUENCE OF CSR BRI PEDULI PROGRAM
DURING THE PANDEMIC ON CUSTOMER LOYALTY OF
PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
MEDIATION BY BRAND IMAGE
(Survey of BRI Bank Customers)**

Steffaney Olympia Simphoney

ABSTRACT

During the Covid-19 pandemic, although the Indonesian banking industry is said to still have a strong position, Indonesian banks continue to try to maintain their position in front of the public and consumers. Companies are starting to look for appropriate strategies to help maintain customer loyalty and brand image during the pandemic. One strategy that has been proven by researchers and companies is the use of Corporate Social Responsibility programs. BRI itself has a CSR program known as BRI Peduli. Through its official website, BRI publishes information about its CSR program. In addition, BRI bank also managed to get the "TOP CSR Awards 2021 #Star5" and "TOP Leader on CSR Commitment 2021" which shows the seriousness of BRI bank in carrying out CSR programs and not just an obligation. This study aims to determine whether the BRI Peduli CSR program during the pandemic managed to have a significant influence on BRI bank customer loyalty mediated by Brand Image. This study uses a quantitative approach with a survey method in the form of a questionnaire distributed to Bank BRI Instagram account followers (@bankbri_id). The results show that there is an influence of CSR on Customer Loyalty by 44.3%, CSR to Brand Image by 25.8%, Brand Image to Customer Loyalty by 19.6%, and CSR on Customer Loyalty mediated by Brand Image by 37.2 %. From the results of the study, it was found that each hypothesis tested was accepted with a significant influence on each variable.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Customer Loyalty, Brand Image, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.5.3 Kegunaan Sosial	9
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	9
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Teori / Konsep.....	19
2.2.1 Corporate Social Responsibility	19
2.2.1.1 Definisi Corporate Social Responsibility.....	19
2.2.1.2 Manfaat Corporate Social Responsibility	21
2.2.1.3 Dimensi Corporate Social Responsibility	22
2.2.2 Loyalitas Pelanggan	23
2.2.2.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	23
2.2.2.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan.....	24
2.2.2.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan	25
2.2.3 Citra Merek	26
2.2.3.1 Definisi Citra Merek	27
2.2.3.2 Manfaat Citra Merek	28
2.2.3.3 Dimensi Citra Merek	29
2.3 Hipotesis Teoritis	29
2.4 Alur Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	33

3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel	33
3.4	Operasionalisasi Variabel/Konsep	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	50
1.5.1	Data Primer	50
1.5.2	Data Sekunder.....	50
3.6	Teknik Pengukuran Data.....	50
3.6.1	Uji Validitas	51
3.6.2	Uji Reliabilitas	53
3.7	Teknik Analisis Data.....	54
3.7.1	Uji Normalitas.....	54
3.7.2	Uji Linearitas	54
3.7.3	Uji Heteroskedatisitas	54
3.7.4	Uji Koefisien Korelasi	54
3.7.5	Uji Analisis Jalur.....	55
3.7.6	Uji Hipotesis	56
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1	Subjek / Objek Penelitian.....	57
4.2	Hasil Penelitian	59
4.2.1	Karakteristik Responden.....	59
4.2.2	Corporate Social Responsibility	62
4.2.3	Loyalitas Pelanggan	73
4.2.4	Citra Merek	78
4.2.5	Hasil Uji Normalitas	81
4.2.6	Hasil Uji Linearitas	83
4.2.7	Hasil Uji Heteroskedasitas	84
4.2.8	Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	85
4.2.9	Hasil Uji Analisis Jalur	87
4.2.10	Hasil Uji Hipotesis.....	91
4.3	Pembahasan.....	94
4.3.1	Hubungan antara Corporate Social Responsibility (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	95
4.3.2	Hubungan antara Corporate Social Responsibility (X) terhadap Citra Merek (Z)	97
4.3.3	Hubungan antara Citra Merek (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	99
4.3.4	Hubungan antara Corporate Social Responsibility (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dimediasi oleh Citra Merek (Z).....	101
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	104
5.1	Simpulan	104
5.2	Saran	105
5.2.1	Saran Akademis	105
5.2.2	Saran Praktis	106
DAFTAR PUSTAKA	108	
LAMPIRAN	111	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.3	Hipotesis Penelitian.....	30
Tabel 3.1	Tabel Rumus Sampel Mahlotra.....	34
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel.....	36
Tabel 3.3	Skala Likert	50
Tabel 3.4	Uji Validitas	51
Tabel 3.5	Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 3.6	Tingkatan Uji Koefisien Korelasi	55
Tabel 4.1	Dimensi <i>Accountability</i>	62
Tabel 4.2	Dimensi <i>Transparency</i>	65
Tabel 4.3	Dimensi <i>Ethical Behaviour</i>	67
Tabel 4.4	Dimensi <i>Respect for the stakeholder's interest</i>	68
Tabel 4.5	Dimensi <i>Respect for the rule of law</i>	69
Tabel 4.6	Dimensi <i>Respect for international norms behaviour</i>	70
Tabel 4.7	Dimensi <i>Respect for human rights</i>	71
Tabel 4.8	Dimensi <i>Repurchasing</i>	73
Tabel 4.9	Dimensi <i>Purchase across product and service line</i>	74
Tabel 4.10	Dimensi <i>Referral</i>	75
Tabel 4.11	Dimensi <i>Retention</i>	76
Tabel 4.11	Dimensi <i>Corporate Image</i>	78
Tabel 4.11	Dimensi <i>User Image</i>	79
Tabel 4.11	Dimensi <i>Product Image</i>	80
Tabel 4.12	Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov.....	83
Tabel 4.11	Uji Linearitas X terhadap Y	83
Tabel 4.11	Uji Linearitas Z terhadap Y	84
Tabel 4.11	Uji Linearitas X terhadap Z	84
Tabel 4.13	Uji White Heteroskedastisitas	85
Tabel 4.14	Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	85
Tabel 4.15	Hasil Output Koefisien Persamaan 1 (X ke Z).....	87
Tabel 4.16	Hasil <i>Model Summary</i> Persamaan 1 (X ke Z)	88
Tabel 4.17	Hasil Output Koefisien Persamaan 2 (X ke Y)	88
Tabel 4.18	Hasil <i>Model Summary</i> Persamaan 2 (X ke Y).....	89
Tabel 4.19	Hasil Output Koefisien Persamaan 2 (Z ke Y).....	89
Tabel 4.20	Hasil <i>Model Summary</i> Persamaan 2 (Z ke Y)	90
Tabel 4.21	Hasil <i>Model Summary</i> Persamaan 2 (X dan Z ke Y).....	90
Tabel 4.22	Persamaan Hipotesis Penelitian.....	92
Tabel 4.22	Hasil Uji Anova Variabel X terhadap Y	92
Tabel 4.23	Hasil Uji Anova Variabel X terhadap Z	93
Tabel 4.24	Hasil Uji Anova Variabel Z terhadap Y	93
Tabel 4.25	Hasil Uji Anova Variabel X dan Z terhadap Y	94

**MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 BRI Pemenang Top CSR Award 2021.....	5
Gambar 2.1 Elemen Citra Merek	28
Gambar 2.4 Alur Penelitian.....	31
Gambar 3.1 Persamaan Struktur Penelitian	55
Gambar 3.2 Diagram Jalur Penelitian	56
Gambar 4.1 Logo BRI.....	57
Gambar 4.2 Program CSR BRI Peduli.....	58
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	60
Gambar 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	60
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Seorang Nasabah Bank BRI	61
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Mengetahui CSR BRI Peduli.....	61
Gambar 4.7 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	82
Gambar 4.8 Hasil P-Plot Uji Normalitas.....	82
Gambar 4.9 Hasil Diagram Analisis Jalur.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A – Kuesioner Penelitian	111
Lampiran B – Hasil Kuesioner.....	115
Lampiran C – Hasil Turnitin	168
Lampiran D – Form Bimbingan Skripsi.....	169
Lampiran E – Curriculum Vitae.....	172

