

**PENGARUH *GREEN MARKETING DIGITAL* DAN KEMUDAHAN APLIKASI
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS MELALUI KEPUASAN NASABAH
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(STUDI PADA BANK RAKYAT INDONESIA CABANG JEMBER)

TESIS

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen (S2) dan memperoleh gelar Magister Manajemen



**CATUR PALUPI
2420414053**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : CATUR PALUPI
NIM : 2420414053
PRODI : MAGISTER MANAJEMEN

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **Dampak *Green marketing Digital* Dan Kemudahan Aplikasi Dalam Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Jember)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 09 Desember 2025
Yang menyatakan



CATUR PALUPI
NIM. 2420414053



TESIS

**PENGARUH *GREEN MARKETING* DIGITAL DAN KEMUDAHAN APLIKASI
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS MELALUI KEPUASAN NASABAH
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA BANK RAKYAT INDONESIA CABANG JEMBER)**

**CATUR PALUPI
2420414053**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT



Dosen Pembimbing Pendamping : Dr. Retno Endah Supeni, Dra., MM.

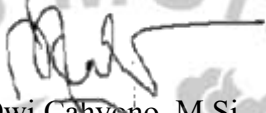


PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Dampak *Green marketing Digital* Dan Kemudahan Aplikasi Dalam Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 18 Desember 2025
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

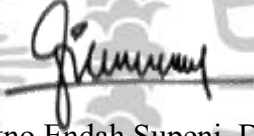
Tim Penguji


Dr. Dwi Cahyono, M.Si., Akt
NPK. 1970112019901278

Anggota 1


Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT
NPK. 1967101611803861

Anggota 2


Dr. Retno Endah Supeni, Dra., MM.
NPK. 1967052219510256

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi


Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi


Dr. Budi Santoso, S.E., M.M., M.Akun
NPK. 1973100911139340



PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat kesehatan, ilmu pengetahuan yang tiada batasan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Superhero dan panutanku ayahanda Terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan curahan kasih sayang yang tak terhingga sampai akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Pintu surgaku Ibunda tercinta yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memberikan do'a yang setiap hari untuk saya sampai pada hari ini saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi, kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau.
3. Saudara-saudari tersayang saya yang telah melindungi, menasehati, memberikan doa, dukungan, semangat yang tidak didapatkan dimanapun, memberikan berbagai saran saat Penulis mengalami kesulitan dan membantu material untuk memenuhi keperluan saya, dan keperluan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Teruntuk sahabat-sahabat saya. yang selalu membantu memberikan semangat dan menjadi teman untuk berdiskusi. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dan ketulusan hati kalian dalam berteman dan mensupport saya.
5. Tak terkecuali untuk Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberika yang terbaik untuk mahasiswanya. Terutama Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT dan Dr. Retno Endah Supeni, Dra., MM. selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya serta memberikan bimbingan dan pelajaran agar saya menjadi lebih baik dalam proses penulisan tugas akhir saya.

MOTTO

“Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sampai mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

(QS. Ar-Ra’d: 11)

“Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya.”

(QS. An-Najm: 39)



ABSTRAK KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Dampak *Green marketing Digital* Dan Kemudahan Aplikasi Dalam Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Jember)” dengan lancar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Pasca Sarjana pada program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M. Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari S. E., M. M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ketua Program Studi Magister Manajemen Dr. Budi Santoso, S.E., M.M., M.Akun yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Bapak Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan kesempatan telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Retno Endah Supeni, Dra., MM selaku dosen pembimbing pendamping kedua yang telah memberikan bimbingan dan motivasinya pada skripsi ini. Terima kasih banyak karena telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Dwi Cahyono, M.Si., Akt selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan dan motivasinya pada tesis ini. Terima kasih banyak karena telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan tesis ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
9. Keluarga dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan doa dan dukungannya tanpa henti.

10. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritikan dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 09 Desember 2025
Yang menyatakan

CATUR PALUPI
NIM. 2420414053



DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKAN	9
2.1 Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)	9
2.2 Pemasaran Jasa	9
2.2.1 Karakteristik Jasa	10
2.3 Perilaku Pelanggan.....	11
2.4 Loyalitas	12
2.4.1 Manfaat Loyalitas	13
2.4.2 Tujuan Loyalitas	14
2.4.3 Indikator Loyalitas.....	15
2.5 Green marketing Digital.....	15
2.5.1 Manfaat Green marketing Digital.....	17
2.5.2 Tujuan Green marketing Digital.....	18
2.5.3 Indikator Green marketing Digital	19
2.6 Kemudahan Aplikasi.....	19
2.6.1 Manfaat Kemudahan Aplikasi	20
2.6.2 Tujuan Kemudahan Aplikasi	21
2.6.3 Indikator Kemudahan Aplikasi.....	22
2.7 Kepuasan	23
2.7.1 Manfaat Kepuasan	24
2.7.2 Tujuan Kepuasan	25
2.7.3 Indikator Kepuasan.....	26
2.8 Penelitian Terdahulu	27
2.9 Kerangka Konseptual	47
2.10 Pengembangan Hipotesis	48

2.10.1	<i>Green marketing Digital</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Brimo	48
2.10.2	Kemudahan Aplikasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Brimo	49
2.10.3	<i>Green marketing Digital</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Brimo	49
2.10.4	Kemudahan Aplikasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Brimo	50
2.10.5	Kepuasan Nasabah Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Brimo	51
2.10.6	<i>Green marketing Digital</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Brimo Melalui Kepuasan	52
2.10.7	Kemudahan Aplikasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Brimo Melalui Kepuasan	52
BAB III METODE PENELITIAN		54
3.1	Identifikasi Variabel.....	54
3.2	Definisi Operasional Variabel	54
3.2.1	<i>Green marketing Digital</i> (X1)	54
3.2.2	Kemudahan Aplikasi (X2).....	55
3.2.3	Kepuasan Nasabah (Z).....	56
3.2.4	Loyalitas Nasabah (Y).....	56
3.3	Desain Penelitian	57
3.4	Jenis Data	57
3.4.1	Data Primer.....	57
3.4.2	Data Sekunder	58
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	58
3.5.1	Populasi	58
3.5.2	Sampel.....	58
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	58
3.5.4	Teknik Pengumpulan Data	59
3.6	Analisis Deskriptif	60
3.6.1	Pengujian Hipotesis	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	65
4.3	Hasil Analisis Data	70
4.4	Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran.....	87

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Fakta Aplikasi BRImo	5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian (Wijayanti & Murtadlo, 2025).....	19
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian (Hafizh et al., 2023a)	20
Tabel 2.3 Ringkasan Penelitian Penelitian (Yusuf, 2023).....	21
Tabel 2.4 Ringkasan Penelitian (Abadi et al., 2022)	22
Tabel 2.5 Ringkasan Penelitian (Warata, 2025)	23
Tabel 2.6 Ringkasan Penelitian (Baskara et al., 2025).....	24
Tabel 2.7 Ringkasan Penelitian (Fauzi, 2025).....	25
Tabel 2.8 Ringkasan Penelitian (Jannah, 2025)	26
Tabel 2.9 Ringkasan Penelitian (Nasrulloh, 2025).....	27
Tabel 2.10 Ringkasan Penelitian (Purnama, 2024)	28
Tabel 2.11 Ringkasan Penelitian (Augustian & Handayani, 2024).....	29
Tabel 2.12 Ringkasan Penelitian (Satria & Diah Astarini, 2023a).....	30
Tabel 2.13 Ringkasan Penelitian Penelitian (Noviaty & Panggabean, 2023)	31
Tabel 2.14 Ringkasan Penelitian (Munfaqiroh et al., 2022).....	32
Tabel 2.15 Ringkasan Penelitian (Safitri, 2022).....	33
Tabel 2.16 Ringkasan Penelitian (Muhammad Raihan Ilyas, 2022)	34
Tabel 2.17 Ringkasan Penelitian (Trilaksono & Prabowo, 2022).....	35
Tabel 2.18 Ringkasan Penelitian (Rahmawaty et al., 2021).....	36
Tabel 2.19 Ringkasan Penelitian (Olivia, 2021).....	37
Tabel 2.20 Ringkasan Penelitian (Dirnaeni et al., 2021).....	38
Tabel 3.1 Skala Likert	52
Tabel 4.1 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Green marketing Digital</i> (X1).....	57
Tabel 4.2 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kemudahan Aplikasi (X2).....	58
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah (Z)	59
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah (Y).....	61
Tabel 4.5 <i>Combined loadings and cross-loadings</i>	62
Tabel 4.6 Perbandingan Akar dari AVE dengan Korelasi antar Variabel.....	63
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.8 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung.....	64
Tabel 4.9 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung.....	65
Tabel 4.10 Total <i>effect</i>	66
Tabel 4.11 Uji Model Penelitian	67
Tabel 4.12 Uji Model Penelitian	69
Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Mobile Banking Terpopuler di Indonesia tahun 2024	3
Gambar 1.2 Alasan Menggunakan Mobile Banking	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.1 Logo Bank Rakyat Indonesia (BRI)	55
Gambar 4.2 Hasil Analisa Jalur.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	89
Lampiran 2. Frekuensi Jawaban Responden	92
Lampiran 3. Hasil Uji Warp PLS	99

