

PERAN KEPUASAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH

Desak Ayu Made Marcellina Dewi Giri Putri¹
I Gst. A. Kt. Gd. Suasana²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
email: desak.giri@yahoo.com

ABSTRAK

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan bank, untuk itu diperlukan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan agar kepuasan dan loyalitas nasabah dapat tercipta. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah tabungan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 130 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang disebut *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, peran kepuasan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan, loyalitas nasabah

ABSTRACT

Quality of service is one of the key factors of bank success, therefore it is necessary strategy to improve service quality so customer satisfaction and loyalty can be created. This study aims to determine the effect of service quality relationship to customer loyalty savings with satisfaction as a mediation variable. The number of respondents in this study was determined 130 respondents by using sampling technique called purposive sampling. This research uses path analysis technique (path analysis). he result of the research shows that service quality has significant effect to customer satisfaction, satisfaction has significant influence to customer loyalty, service quality has significant effect to customer loyalty, role of satisfaction able to mediate influence of service quality to customer loyalty.

Keywords: service quality, satisfaction, customer loyalty

PENDAHULUAN

Dunia perbankan di Indonesia mengalami persaingan yang sangatlah ketat, ditandai dengan semakin banyaknya pendirian bank-bank yang bermunculan. Sejak dikeluarkannya kebijakan pemerintah dibidang perbankan pada Tahun 1988 yang dikenal dengan sebutan Paket Oktober 1988 dimana menyatakan diperkenalkannya pendirian bank swasta nasional, bank perkreditan rakyat dan memberi kemudahan dalam membuka kantor cabang baru, sehingga pihak bank perlu memperbaiki kinerjanya dengan meningkatkan produktivitas dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Jika nasabah merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan dapat menyebabkan nasabah tersebut berpindah ke bank lain.

Nasabah mempunyai kriteria sendiri dalam memilih jasa perbankan untuk menyimpan dananya, adapun nasabah yang mengharapkan tingkat bunga yang tinggi pada produk tabungannya serta adanya jamaninan keamaannya saat menyimpan dananya, selanjutnya terdapat ada pula nasabah yang menginginkan pelayanan yang cepat, mudah dalam pembukaan rekening dan mudah untuk diakses kapanpun nasabah perlukan. Banyaknya keinginan yang berbeda-beda dari nasabah, maka pihak manajemen bank perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, agar mampu menciptakan rasa puas dibenak nasabah sebab apabila nasabah telah merasa puas dalam jangka panjang dapat membuat nasabah menjadi loyal (Nazarudin, 2010).

Kualitas layanan yaitu salah satu faktor kunci keberhasilan bank, untuk itu dibutuhkan suatu strategi untuk meningkatkan kualitas layanan agar

kepuasan nasabah dapat tercipta. Sumber daya manusia yang terdidik serta terampil akan mampu menciptakan pelayanan yang berkualitas. Menjalin hubungan baik antara karyawan dengan nasabah merupakan salah satu faktor untuk dapat memperoleh kepuasan dari nasabah tersebut (Siddiqi, 2011). Karyawan yang mampu dengan sigap membantu menyelesaikan setiap masalah yang dialami nasabah, akan dapat menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Salah satu faktor untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen yaitu melalui kualitas pelayanan (Suwarni dan Mayasari, 2011). Kepuasan dapat terbentuk ketika apa yang diterima mampu sesuai dengan apa yang diharapkan.

Masyarakat saat ini telah memiliki pengetahuan yang luas mengenai pelayanan, ketika masyarakat merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diterima maka tidak segan menyampaikan kekecewaannya tersebut kepada perusahaan yang bersangkutan. Sangat perlu untuk memelihara kualitas pelayanan agar terus dapat memberikan yang terbaik, sebab kunci keberhasilan bank ada pada kualitas pelayanan. Parasuraman (dalam Tjiptono; 2007) menyatakan kualitas pelayanan suatu bank dapat dilihat dari lima dimensi yaitu: ditunjukkan dengan bukti fisik berupa fasilitas yang disediakan, pelayanan yang handal, daya tanggap yang baik, adanya jaminan pelayanan dan rasa empati yang lebih. Tingkat kepuasan suatu nasabah terhadap pelayanan suatu bank dilihat melalui kepuasan nasabah tersebut terhadap dimensi-dimensi pelayanan yang ditawarkan oleh pihak bank.

Menurut Kotler (2005: 70) kepuasan nasabah yaitu perasaan nasabah baik itu senang ataupun kecewa yang timbul setelah membandingkan antara

kinerja dari suatu produk/jasa yang diharapkan dengan apa yang dapat dihasilkan oleh produk tersebut. Manfaat dari tercapainya kepuasan yang dirasakan nasabah yaitu pertama dapat menimbulkan sikap loyal, dapat mengurangi beban pemasaran, serta reputasi bisnis dapat meningkat. Semakin baik tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap bank, maka dapat menimbulkan sikap loyal, namun kepuasan tidak selalu memiliki hubungan dengan loyalitas nasabah. Tingkat kepuasan yang tinggi tidak menjamin pelanggan untuk tetap loyal (Seguro, 2008).

Setelah kepuasan dari nasabah dibentuk, tugas dari pihak bank adalah membentuk loyalitas, dimana loyalitas nasabah secara tidak langsung muncul ketika kualitas layanan sesuai dengan harapan. Loyalitas nasabah ialah suatu usaha nasabah untuk terus menggunakan produk/jasa dengan kesadaran, kesan dari kualitas yang diterima, serta kebanggaan menggunakan produk/jasa yang diberikan untuk tetap melakukan pembelian ulang (Hadiyati, 2010). Sikap loyal nasabah dapat meningkat, dengan cara pihak bank harus mampu mempertahankan kepuasan yang dirasakan nasabah dalam jangka panjang. Cara untuk tetap mempertahankan kepuasan dengan menambah nilai pelanggan untuk mendapatkan apa yang dibayar lebih dari yang diharapkan, dengan begitu nasabah dapat bertahan, melakukan pembelian ulang.

Penelitian Taylor dan Cacana (2002) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Pelanggan yang telah memperoleh tingkat kepuasan setelah melakukan evaluasi terhadap pembelian produk akan dapat berdampak terhadap tingkat loyalitasnya

terhadap produk/jasa tersebut. Mempertahankan loyalitas nasabah sangat penting untuk dapat berkembang ditengah ketatnya persaingan dan dapat meningkatkan ekstensi perusahaan (Rahadhini, 2013).

Saat ini keberadaan suatu lembaga perbankan diperlukan untuk dapat menopang serta membantu meningkatkan perekonomian masyarakat di Indonesia. Berbagai bank baru yang bermunculan di Indonesia khususnya di Bali salah satunya ialah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. PT. Bank Pembangunan Daerah Bali adalah salah satu bank yang berada di Indonesia dimana sebagian besar sahamnya milik pemerintah daerah. Setiap badan usaha, terutama usaha yang menyediakan layanan khususnya jasa, tidak akan pernah terlepas dari service quality, kepuasan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi nasabah atas layanan yang benar-benar diterima dengan layanan sesungguhnya yang diharapkan. Tabel 1 menunjukkan beberapa nama bank umum yang berada di Denpasar pada periode 2016, baik bank swasta nasional maupun bank pemerintah

Tabel 1.
Bank yang berada di Denpasar Tahun 2016

No	Nama Bank	No	Nama Bank
1	Bank Anz Indonesesia	21	PT. Bank Muamalat Indonesia
2	Bank Andara	22	PT Bank UOB Indonesia
3	PT.Bank Antardaerah	23	PT Prima Master Bank
4	Bank Artha Graha Internasional, Tbk.	24	PT Bank Central Indonesia, Tbk.
5	PT Bank Panin	25	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk.
6	PT Bank Bukopin, Tbk	26	PT Bank KEB Hana Indonesia
7	PT Bank Syariah Mandiri	27	PT. Bank Negara Indonesia, Tbk.
8	PT Bank CIMB Niaga, Tbk.	28	PT. Bank Pembangunan Daerah Bali
9	PT Bank Commonwealth	29	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.
10	PT Maybank Indonesia, Tbk.	30	PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.
11	PT Bank Pembangunan Daerah Banten, Tbk.	31	PT. QNB Kesawan, Tbk.
12	PT Bank Mandiri, Tbk.	32	PT Citibank N.A. Indonesia
13	PT Bank Maspion Indoensia	33	PT Bank Syariah Mega
14	PT Bank Mayapada Internasional, Tbk	34	PT. Bank Bumi Arta
15	PT Bank Mega, tbk.	35	PT. Bank Index Selindo
16	PT Bank OCBC NISP	36	PT Bank J Trush Indonesia, Tbk
17	PT Bank Permata, Tbk	37	PT. Bank Of India Indonesia
18	PT Bank MNC Internasional, Tbk.	38	PT Bank Sinarmas, Tbk.
19	PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906, Tbk	39	PT. Bank Rabobank Internasional Indonesia
20	PT Bank Standard Chartered	40	PT Bank Perkreditan Rakyat Lestari

Sumber: Bankdata.denpasarkota.go.id

Tabel 1 menunjukkan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali memiliki persaingan yang ketat, untuk itu PT. Bank Pembangunan Daerah Bali berupaya terus meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk dengan cara mengevaluasi apa yang sedang dibutuhkan masyarakat saat ini. Bank-bank pesaing dapat menawarkan berbagai produk tabungan dengan tingkat suku bunga yang berbeda-beda serta menawarkan pelayanan yang efisien cepat dan efektif untuk itu PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon harus dengan sigap melakukan perbaikan dari sisi teknologi dan sdm, untuk dapat mempertahankan para nasabahnya (Bisnis Bali, 2012).

PT. Bank Pembangunan Daerah Bali sebagai badan usaha milik daerah (BUMD) hadir ditengah-tengah masyarakat Bali, dinilai sebagai bank kategori sehat dan telah mendapat kepercayaan dari masyarakat dalam bentuk kredit. PT. Bank Pembangunan Daerah Bali didirikan dengan tujuan dapat membantu serta mendorong pertumbuhan perekonomian di segala bidang dan merupakan sumber pendapatan daerah, Sumber dana tersebut salah satunya berasal dari dana pihak ketiga (DPK) yang bersumber dari produk dana yaitu Tabungan, Giro dan Deposito (www.bpd Bali.co.id).

PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon memiliki beberapa produk tabungan diantaranya yaitu Sibapa, Simpeda, Tabungan Hari Tua Bali Dwipa dan Tabunganku. Tabel 2 Perkembangan jumlah rekening tabungan nasabah secara keseluruhan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon:

Tabel 2.
Perkembangan Jumlah Rekening Tabungan Nasabah PT.
Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon Periode
2013 sampai dengan 2016

Tahun	Jumlah rekening	Perubahan (%)
2013	22027	0
2014	32418	47.2
2015	33584	3.6
2016	32828	-2.3

Sumber: Bank Pembangunan Daerah Bali, 2017

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa perkembangan jumlah rekening tabungan nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon mengalami perubahan perkembangan yaitu dari tahun 2014 ke tahun 2015 yaitu 47.2 persen menjadi 3.6 persen kemudian tahun 2015 ke tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 2.3 persen. Penurunan jumlah nasabah tabungan disebabkan karena PT. Bank Pembangunan Daerah Bali telah membuka beberapa cabang diberbagai daerah sehingga nasabah cenderung memilih bertransaksi di PT. Bank Pembangunan Daerah Bali cabang terdekat. Masalah lainnya yaitu bank pesaing lebih menawarkan manfaat dan syarat-syarat yang lebih mudah dalam pembukaan rekening dan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah semakin sensitive dan layanan yang bervariasi (Chenet *et al.*, 2010).

Peneliti telah melakukan riset pendahuluan terhadap nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon dengan melakukan wawancara secara langsung terhadap 30 nasabah yang sedang melakukan transaksi dilokasi PT. Bank Pembangunan Daerah Bali untuk mengetahui keluhan-keluhan yang dirasakan nasabah akan kualitas layanan yang diterima saat melakukan transaksi.

Tabel 3.
Daftar Keluhan Nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon

No	Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan	Persentase %
1	Kecepatan pelayanan	6	20
2	Ketepatan waktu pelayanan	5	16.7
3	Kemampuan staf	3	10
4	Kesediaan membantu	3	10
5	Keamanan bertransaksi	1	3.3
6	Ruang tunggu yang kurang	7	23.3
7	Area parker	5	16.7
	Total	30	100

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil wawancara terdeteksi terdapatnya beberapa keluhan nasabah seperti terkait kecepatan dalam hal pelayanan berupa lambatnya pelayanan yang diperoleh nasabah saat diperlukan (20 persen), ketepatan pada waktu pelayanan berupa kurangnya kemampuan pegawai memberikan pelayanan tepat sesuai dengan waktu yang ditentukan (16.7 persen), kemampuan staf PT. Bank Pembangunan Daerah Bali seperti kurangnya keterampilan dalam hal memberikan informasi mengenai bagaimana proses administrasi (10 persen), selanjutnya ketulusan dalam membantu nasabah (10 persen) yang dilihat dari kurang ramahnya staf melayani nasabah pada saat mengalami kendala, keamanan nasabah saat melakukan transaksi yaitu kurangnya personil penjaga keamanan yang bertugas (3.3 persen), keluhan lainnya seperti ruang tunggu yang kurang memadai (23.3 persen), selanjutnya lahan parkir yang kurang luas (16.7 persen). Tempat parkir yang kurang memadai bisa dikarenakan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon berlokasi pada kantor pusat sehingga area parkir yang disediakan tidak cukup luas bagi para nasabah yang datang, dengan jumlah nasabah yang banyak untuk bertransaksi di lokasi tersebut. Keluhan tersebut jika

tidak dengan segera ditangani oleh pihak bank maka dapat menimbulkan kekecewaan nasabah atas pelayanan yang mereka terima dan dapat mengakibatkan nasabah berpindah ke bank pesaing. Aryani dan Rosinta (2010) menyatakan kepuasan mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Nasabah yang telah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan secara otomatis akan menimbulkan sikap yang loyal dari nasabah.

Zafar *et al.* (2012) dalam penelitiannya menemukan hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Aldlaigan dan Buttle dalam Ladhari *et al.* (2011) menyatakan adanya suatu korelasi positif dan signifikan antara dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Penelitian Saputri (2013) memukan suatu hasil bahwa variabel kehandalan, koresponsifan, jaminan, empati dan berwujud telah menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat terhadap kepuasan nasabah Penelitian yang dilakukan Niaam (2016) menunjukkan pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah masing-masing berpengaruh signifikan. Kondisi ini mengindikasikan semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank hal ini dapat meningkatkan kepuasan dari nasabah. Berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon

Penelitian Kumar *et al.* (2009) menemukan hasil kualitas layanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan sehingga dapat meningkatkan sikap loyal

pelanggan. Ehigie dalam Ladhari *et al.* (2011) mengatakan bahwa predictor penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan adalah melalui kualitas pelayanan dan kepuasan. Manjunath dan Aluregowda (2013) menyatakan suatu elemen penting dalam menciptakan kepuasan serta loyalitas pelanggan ialah kualitas pelayanan. Penelitian yang dilakukan Pramana (2016) menemukan hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Cabang Veteran, Denpasar-Bali. Pelayanan yang diberikan oleh staf Bank Mandiri semakin baik maka dapat meningkatkan sikap loyal nasabah terhadap Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar-Bali. Penelitian yang dilakukan Nariswari dan Iriawan (2012) menyatakan secara signifikan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂: Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon

Penelitian yang dilakukan Kazi Omar Siddiqi (2011) menemukan hasil kepuasan konsumen yang lebih baik dapat berpengaruh terhadap tingkat loyalitas konsumen. Penelitian yang dilakukan Palitati (2007), dan Anggraeni (2012) menemukan hasil kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Singh (2006) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepuasan mempunyai suatu hubungan yang positif berkenaan dengan niat untuk melakukan pembelian ulang serta menyarankan pihak lain untuk menggunakan produk/layanan yang ditawarkan, meningkatkan profitabilitas. Liu (2012) dalam penelitiannya menyatakan kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas dari pelanggan. Colognesi (2015) menemukan kepuasan konsumen

berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, apabila perusahaan mampu meningkatkan kepuasan dari konsumennya, maka konsumen akan menjadi semakin loyal yang artinya jika kepuasan konsumen mengalami perubahan maka akan loyalitas konsumen akan langsung ikut mengalami perubahan. Penelitian Nursiana (2011) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon

Penelitian Aryani dan Rosinta (2010) menemukan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi hubungan kualitas layanan dengan loyalitas nasabah. Nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan secara langsung akan dapat menumbuhkan sikap loyal. Malik (2012) dan Mardikawati (2013) dalam penelitiannya dengan hasil bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah memiliki pengaruh yang signifikan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Kepuasan mempunyai peran cukup penting dalam memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas, sebab ketika nasabah tersebut merasa puas akan pelayanan yang diberikan maka dapat membuat nasabah tersebut menjadi loyal untuk bertransaksi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Singh dan Thakur (2012), maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Kepuasan mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian asosiatif. Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, kemudian kualitas layanan terhadap loyalitas, serta peran mediasi kepuasan mempengaruhi kualitas layanan terhadap loyalitas.

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon yang berlokasi di Jl. Raya Puputan Niti Mandala Renon, Denpasar, Bali. Objek dalam penelitian ini yaitu loyalitas nasabah terhadap PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon yang dibentuk melalui kualitas layanan dan kepuasan.

Variabel bebas: kualitas pelayanan (X) adalah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan apa yang diharapkan. Variabel mediasi: kepuasan pelanggan (Y1) yaitu situasi kognitif perilaku pembeli mengenai kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang diterima dengan pengorbanan yang dilakukan. Variabel terikat: loyalitas (Y2) yaitu kesetiaan pelanggan untuk tetap menggunakan produk/jasa yang ditawarkan dan memiliki keinginan untuk melakukan transaksi ulang dalam jangka panjang, serta bersedia merekomendasikan kepada rekannya.

Data Kualitatif dalam penelitian ini yaitu lokasi penelitian dan gambaran umum perusahaan, visi dan misi perusahaan dan persepsi responden. Data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu data jumlah nasabah yang menggunakan jasa dan produk Tabungan PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang di isi secara langsung oleh para nasabah yang

mempunyai Tabungan. Data sekunder diperoleh dari data historis jumlah nasabah selama empat tahun terakhir, sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan.

Populasi penelitian ini yaitu seluruh nasabah yang memiliki tabungan Sibapa, Simpeda, Tabunganku dan Tabungan Hari Tua Bali Dwipa di PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan teknik *purposive sampling* dimana teknik ini penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014).

Metode dalam penelitian ini yaitu metode dengan menggunakan observasi, wawancara dan angket. Pertama metode wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab secara langsung, kepada nasabah maupun pihak manajemen PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon untuk memperoleh data yang lebih akurat. Wawancara diadakan dengan tujuan untuk mengetahui beberapa keluhan yang dirasakan oleh nasabah terhadap pelayanan yang diberikan PT Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon saat sedang melakukan transaksi. Kedua metode observasi, ialah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dilokasi penelitian yang akan dituju yaitu pengamatan tentang bagaimana fasilitas yang ada pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon dan kegiatan operasional perbankan. Ketiga metode angket, adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan membagikan daftar pernyataan kepada nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah

Bali Cabang Renon agar mendapatkan suatu data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur atau disebut sebagai *Path Analysis*. Preacher and Hayes (2004) mengemukakan bahwa analisis jalur (*path analysis*) adalah perluasan dari analisis regresi linier berganda yang bertujuan menaksir hubungan kausalitas antar variabel. Teknik analisis jalur digunakan dalam menguji besarnya kontribusi yang dinyatakan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur, dari hubungan kausal atau sebab akibat yang tercipta dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dasar perhitungan koefisien jalur membutuhkan perhitungan analisis korelasi dan regresi yang kemudian dituangkan dalam *software* berupa *SPSS for windows*. Ada dua anak panah dalam pembentukan diagram jalur, pertama anak panah satu arah yang mencerminkan suatu pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dan kedua anak panah dua arah yang mencerminkan hubungan yang terjadi antara variabel eksogen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui kecukupan sampel dari variabel yang akan diteliti maka dilakukan uji *Kaiser Meyer Olkin* terlebih dahulu. Analisis faktor dapat dikatakan layak ketika memiliki nilai KMO lebih dari 0,5.

Tabel 4.
Hasil Uji KMO

No	Variabel	KMO
1	Kualitas layanan (X)	0,812
2	Kepuasan(Y1)	0,525
3	Loyalitas nasabah (Y2)	0,582

Sumber: Data Sekunder diolah, 2017

Hasil uji *Kaiser Meyer Olkin* Tabel 4 menunjukkan setiap variabel mempunyai nilai KMO lebih dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel telah mencukupi sampel untuk analisis faktor.

Uji *Measures of Sampling Adequacy* (MSA) digunakan untuk melihat kelayakan dari masing-masing variabel yang akan diteliti. Nilai MSA lebih dari 0,5 maka dapat dikatakan bahwa setiap variabel telah layak untuk diuji. Tabel 5 melihat Nilai MSA dari setiap masing variabel lebih dari 0,5. Maka dikatakan masing-masing model telah layak digunakan untuk analisis faktor.

Tabel 5.
Nilai MSA

No	Variabel	Nilai MSA
X	X1.1	0,833
	X1.2	0,771
	X1.3	0,783
	X1.4	0,922
	X1.5	0,793
Y1	Y1.1	0,516
	Y1.2	0,799
	Y1.3	0,516
Y2	Y2.1	0,551
	Y2.2	0,559
	Y2.3	0,797

Sumber: Data Sekunder diolah, 2017

Tabel 6.
Nilai Percentage of Variance

No	Variabel	Percentage of Variance
1	X Kualitas layanan	63,947
2	Y1 Kepuasan	62,306
3	Y2 Loyalitas nasabah	67,112

Sumber: Data Sekunder diolah, 2017

Tabel 6 nilai *Percentage of Variance* menunjukkan nilai dari setiap variabel-variabel yang diteliti telah lebih besar dari 60 persen. Maka dapat diartikan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi kelayakan untuk menjelaskan variabel faktornya.

Tabel 7.
Loading Factor

Kualitas Layanan (X)		Kepuasan (Y1)		Loyalitas Nasabah(Y2)	
Indikator	Factor Loading	Indikator	Factor Loading	Indikator	Factor Loading
X1.1	0,879	Y1.1	0,877	Y2.1	0,913
X1.2	0,872	Y1.2	0,869	Y2.2	0,884
X1.3	0,897	Y1.3	0,874	Y2.3	0,632
X1.4	0,727				
X1.5	0,575				

Sumber: Data Sekunder diolah, 2017

Tabel 7 dapat dikatakan bahwa keseluruhan variabel memiliki *loading factor* di atas 0,50 atau faktor *loading* yang tinggi. Maka dapat dikatakan indikator pembentuk variabel kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas nasabah telah menunjukkan sebagai indikator yang kuat

Pengujian data dalam penelitian menggunakan teknik analisis jalur, dimana analisis jalur adalah perluasan dari analisis regresi linear berganda yang bertujuan menguji hubungan kausalitas antara 2 atau lebih variabel. Adapun tahapan untuk melakukan teknik analisis jalur yaitu:

Tabel 8.
Hasil Analisis Jalur 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	-2.185	.898		-2.432	.016
Kualitas Pelayanan	.173	.012	.787	14.431	.000
F Hitung					208,241
Signifikansi					0,000
R₁					0,787
R₁ Square					0,619

Sumber: Data Sekunder diolah, 2017

$$Y_1 = \beta_1 X + e_1 \quad (1)$$

$$Y_1 = 0.787 X_1 + e_1$$

Tabel 9.
Hasil Analisis Jalur 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-1.892	.801		-2.364	.020
	Kualitas Pelayanan	.113	.017	.514	6.678	.000
	Kepuasan	.379	.077	.378	4.917	.000
	F Hitung					158,229
	Signifikansi					0,000
	R₂					0,845
	R₂ Square					0,714

Sumber: data sekunder diolah, 2017

$$Y_2 = \beta_2 X + \beta_3 Y_1 + e_2 \quad (2)$$

$$Y_2 = 0.514 X_1 + 0.378 Y_1 + e_2$$

Berdasarkan model substruktur 1 dan substruktur 2, maka dapat disusun model diagram jalur akhir. Menguji nilai standar error untuk mengetahui besarnya nilai dari diagram jalur akhir yaitu sebagai berikut:

$$Pe_i = \sqrt{1 - R_i^2}$$

Substruktur 1:

$$Y_1 = 0,787 X_1 + e_1$$

$$\text{Pengaruh error (Pe}_1\text{)} = \sqrt{1 - R_1^2}$$

$$Pe_1 = \sqrt{1 - 0,619} = \sqrt{0,381} = 0,617$$

Substruktur 2:

$$Y_2 = 0,514 X_1 + 0,378 Y_1 + e_2$$

$$\text{Pengaruh error (Pe}_2\text{)} = \sqrt{1 - R_2^2}$$

$$Pe_2 = \sqrt{1 - 0,714} = \sqrt{0,286} = 0,535$$

Perhitungan pengaruh error (Pe_1), didapatkan hasil pengaruh error (Pe_1) sebesar 0,617 dan pengaruh error (Pe_2) sebesar 0,535. Hasil koefisien determinasi total adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} R^2_m &= 1 - (Pe_1)^2 - (Pe_2)^2 & (3) \\ &= 1 - (0,617)^2 - (0,535)^2 \\ &= 1 - (0,381) - (0,286) \\ &= 1 - 0,667 = 0,333 \end{aligned}$$

Nilai determinasi total sebesar 0,333 mempunyai arti sebesar 33,3 persen variasi loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variasi kualitas layanan, dan kepuasan, kemudian sisanya sebesar 66,7 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Hasil analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan diperoleh nilai koefisien beta 0,787 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), jadi disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu disimpulkan, terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah diperoleh nilai koefisien beta 0,514 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah diperoleh nilai koefisien beta 0,378 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($<$

0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon.

Tabel 10.
Pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung serta pengaruh total kualitas layanan (X_1), kepuasan (Y_1), dan loyalitas nasabah (Y_2)

	Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung Melalui Kepuasan Nasabah (Y_1) ($\beta_1 \times \beta_3$)	Pengaruh Total
β_1	$X_1 \rightarrow Y_1$	0,787	-	0,787
β_2	$X_1 \rightarrow Y_2$	0,514	0,297	0,811
β_3	$Y_1 \rightarrow Y_2$	0,378	-	0,378

Sumber: Data Sekunder diolah, 2017

Uji Sobel suatu alat analisis yang digunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari hubungan tidak langsung antara variabel independen dengan variabel dependen yang dimediasi oleh variabel mediator. Uji Sobel dirumuskan dengan persamaan berikut serta dapat dihitung dengan menggunakan aplikasi Microsoft Excel 2007. Apabila nilai kalkulasi Z lebih dari 1,96 (dengan tingkat kepercayaan 95 persen), maka variabel mediator dinilai secara signifikan memediasi hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas.

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 + s_a^2 s_b^2}} \quad (4)$$

$$\text{Sig} = (1 - \text{NORMDIST}(Z) + 2) \quad (5)$$

Keterangan :

$$a = 0,787$$

$$s_a = 0,012$$

$$b = 0,378$$

$$s_b = 0,077$$

$$Z = \frac{0,787 \times 0,378}{\sqrt{(0,378)^2 (0,012)^2 + (0,787)^2 (0,077)^2 + (0,012)^2 (0,077)^2}}$$

$$Z = \frac{0,297486}{\sqrt{0,0000206 + 0,003672 + 0,00000854}}$$

$$Z = \frac{0,297486}{\sqrt{0,00369367}}$$

$$Z = 4,895$$

Tabel 10.
Hasil Uji Sobel

Nilai Z	Sig
4,895	0,000

Sumber: Data Sekunder diolah, 2017

Tabel 10 melihat hasil dari tabulasi $Z = 4,895 (> 1,96)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 (< 0,05)$ yang artinya variabel mediator yakni kepuasan dinilai secara positif signifikan memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil yang didapatkan nilai koefisien Beta sebesar 0.787 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hasil deskripsi responden pada variabel kualitas layanan, pada dimensi bukti fisik menunjukkan nilai rata-rata yang terendah ada pada pernyataan "tersedianya lahan parkir yang memadai untuk para nasabah" sebesar 3.12. Untuk itu pihak manajemen perlu menata ulang lahan parkir yang tersedia agar mampu menampung lebih banyak nasabah. Pada dimensi kehandalan dan dimensi daya tanggap nilai terendah ada pada pernyataan "karyawan memberikan pelayanan secara tepat diwaktu sesuai dengan yang dijanjikan" dengan nilai rata-rata 3.23" dan "Karyawan bersedia membantu nasabah dengan baik mengenai berbagi

keperluan yang diminta oleh nasabah” dengan nilai rata-rata 3.38. Nilai rata-rata rendah dapat disebabkan oleh nasabah merasa kualitas layanan yang didapat tidak mampu sesuai dengan yang telah dijanjikan, untuk itu pihak manajemen perlu mengevaluasi kembali kinerja para pegawainya dan memberikan suatu pelatihan khusus kepada setiap teller dan customer service yang setiap hari berinteraksi dengan nasabah mengenai tata cara pelayanan yang baik, agar mampu melayani nasabah secara tepat waktu.

Hasil ini sekaligus memperkuat hasil penelitian yang diperoleh oleh Niaam (2016), menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Arokiasamy (2013) mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kondisi ini mengindikasikan semakin baik kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan pihak bank ke nasabah dan kualitas yang dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah maka nasabah menjadi semakin puas.

Berdasarkan hasil yang didapatkan nilai koefisien Beta sebesar 0.378 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal berarti semakin baik kepuasan yang dirasakan oleh nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh staf PT. Bank pembangunan Daerah Bali Cabang Renon maka akan semakin loyal, sebaliknya apabila kepuasan yang dirasakan tidak sesuai harapan, maka nasabah akan semakin tidak loyal. Berdasarkan hasil deskripsi responden terdapat nilai terendah

pada pernyataan “kualitas layanan sesuai dengan harapan nasabah” dengan nilai rata-rata 3.14. Hal ini berarti nasabah merasa kualitas yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan, untuk itu pihak manajemen bank perlu memperbaiki kualitas layanannya agar mampu meningkatkan kepuasan dan menimbulkan sikap loyal dibenak nasabah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Ladhari *et al.*, (2011) juga menemukan bahwa predictor penting dalam membentuk loyalitas nasabah kualitas pelayanan dan kepuasan. Penelitian oleh Arab *et al.*, (2012) menyatakan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Manjunath dan Aluregowda (2013) menyatakan bahwa elementing penting untuk menciptakan loyalitas adalah kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil yang didapat nilai koefisien Beta sebesar 0.514 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil deskripsi responden menunjukkan terdapat nilai yang rendah pada pernyataan ”saya akan merencanakan hal-hal yang positif kepada pihak lain” dengan skor 3.04 yang berarti nasabah masih merasa kurang puas akan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan PT. BPD Bali. Untuk itu kualitas layanan yang diberikan perlu ditingkatkan agar mampu menciptakan kepuasan nasabah, agar sikap loyal nasabah dapat tercipta. Nasabah yang loyal akan bersedia menceritakan hal yang positif mengenai kelebihan-kelebihan PT. BPD Bali kepada orang lain, merekomendasikan produk-produk

yang disediakan, serta nasabah tersebut akan menggunakan produk tersebut secara terus-menerus, sehingga dapat mempertahankan nasabah dalam jangka yang panjang serta dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Liu *et al.* (2012) menyatakan kepuasan pelanggan yang semakin baik akan berdampak terhadap tingkat loyalitas pelanggan. Colognesi (2015) menemukan kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumennya, maka dapat membuat konsumen menjadi semakin loyal.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan Uji Sobel terhadap nilai Z yang didapatkan hasil sebesar $4.895 > 1,96$ yang berarti bahwa kepuasan nasabah dinilai mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010) yang menyatakan bahwa kepuasan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Sikap loyal nasabah dapat tercipta melalui pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Penelitian ini serupa dengan penelitian Malik (2012) menemukan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dalam memediasi hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Jadi dapat disimpulkan semakin baik dan berkualitas layanan yang diberikan oleh pihak PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon dan apa yang diterima mampu sesuai harapan, maka nasabah tersebut akan merasa puas, dengan tingkat kepuasan yang tinggi akan

dapat menimbulkan sikap loyal nasabah tersebut untuk datang kembali menggunakan jasa/produk yang ditela disediakan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon. Artinya, pelayanan yang semakin baik yang diberikan oleh seluruh pegawai PT. Bank Pembangunan Dearah Bali Cabang Renon kepada nasabah saat melakukan transaksi maka akan dapat meningkatkan rasa kepuasan nasabah terhadap apa yang merika terima.

Kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon. Artinya, semakin berkualitas pelayanan yang diberikan dan sesuai dengan harapan nasabah, maka dalam jangka panjang akan dapat menimbulkan sikap loyal nasabah terhadap PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon

Kepuasan secara signifikan memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon. Hasil ini menunjukkan untuk mecapai sikap loyal nasabah, pihak bank harus mampu menciptakan kepuasan nasabah terlebih dahulu dan menjaga rasa kepuasan nasabah tersebut dalam jangka yang panjang. Kepuasan nasabah timbul ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapannya, dengan kepuasan tersebut akan mampu menimbulkan sifat loyal dibenak nasabah terhadap PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon.

Berdasarkan simpulan yang didapat, saran-saran yang diberikan bagi pihak PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah yaitu: manajer PT. Bank Pembangunan Daerah Bali memberikan pelatihan khusus kepada *customer service, teller* yang setiap hari bertatap muka dengan para nasabah. *Customer service* harus mempunyai kemampuan dalam melayani setiap nasabah yang membutuhkan secara tepat waktu serta setiap pegawai harus mampu berkomunikasi dengan baik kepada nasabah, memiliki sikap sopan santun, cekatan, dan bertanggung jawab penuh terhadap para nasabah. Hal tersebut dimulai dengan memberikan pelatihan khusus yang rutin keseluruhan staf mengenai *Standard Operating Procedure (SOP)* serta mengadakan seminar berkaitan dengan pelayanan. Kualitas pelayanan harus selalu mendapatkan perhatian yang dari manajemen PT. Bank Pembangunan Daerah Bali, sebab tujuan utama perusahaan yaitu mendapatkan kepuasan dan sikap loyal nasabah agar dapat bertahan ditengah persaingan perbakana yang sengat ketat.

REFERENSI

- Anggraeni, S. 2012. Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Kasus Pada Pengguna Internet Banking di Commonwealth Bank Cabang Seminyak Bali), *Tesis*, Program Studi Magister Manajemen Universitas Udayana, Denpasar.
- Arab, M., Ghazi T., Rashidian., Rahimi., Forushani., Zarei. 2012. The Effect of Service Quality on Patient loyalty: a Study of Private Hospitals in Tehran, Iran. *Iranian J Publ Health*, 41 (9): 71-77.
- Arokiasamy, A., Abdullah, A. 2013. Service Quality and Customer Satisfaction In The Cellular Telecommunication Service Provider In Malaysia, *Researchers World*, 4 (2): 1-9.

- Aryani, D., Febrina, R. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17 (2): 114-126.
- Colognesi, A., Alit S. 2016. Peran Mediasi Kepuasan Konsumen Dalam Pengaruh Kredibilitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen IM3. *Jurnal Manajemen Unud*, 4 (8): 2210-2227.
- Hadiyati, E. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang). *Jurnal Manajemen Universitas Jambi*, 2 (2): 81-90.
- Kumar, M., Kee, F., Manshor, A. 2009. Determining the Relative Importance of Critical Factors in Delivering Service Quality of Banks: an Application of Dominance Analysis in SERVQUAL Model, *Managing Service Quality*, 19 (2): 211-228.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Ladhari, R., Ladhari, I., Morales, M. 2011. Bank Services Quality: Comparing Canadian and Tunisian Customer Perceptions, *International Journal of Bank Marketing*, 29 (33): 224-246.
- Liu, C., Hsing-Chau, T., Li-min, C., Chien-Min, H. 2012. A Study of the Impact of the e-CRM Perspective on Customer Satisfaction and Customer Loyalty- Exemplified by Bank Sinopac. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 4.(8): 467-47.
- Manjunath, S.J., Aluregowda. 2013. Impact of Services Quality on Customer Satisfaction at AXIS Bank, *International Journal of Management and Social Sciences Research (IJMSSR)*, 2 (3): 63-69.
- Mardikawati, W., Farida, N. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2 (1): 64-75.
- Nariswari, R., Iriawan, N. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Flexi Mobile Broadband di Wilayah Surabaya dengan Pendekatan SEM Bayesien. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 1 (1): 248-252.

- Niaam, M., Adhimmun. 2016. Kepuasan Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5 (2): 1-8.
- Nursiana, A. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Intermediasi Kepuasan Nasabah Dan Nilai Yang Dirasakan Nasabah. *Ultima Management*, 3 (1): 1-15.
- Palitati, A. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9 (1): 73-81.
- Pramana, I., Ni Made, R. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *Jurnal Manajemen Unud*, 5 (1): 706-73.
- Preacher, K. J., Hayes, A. F. 2004. SPSS and SAS Procedures for Estimating Indirect Effects in Simple Mediation Models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computer*, 36 (4): 717-731.
- Saputri, N. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda Unit Sangasanga. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 1 (3): 240-254.
- Siddiqi, K.O. 2011. Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh, *International Journal of Business and Management*, 6 (3): 12 -36.
- Singh, Dr. A. P., Satendra, T. 2012. Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty : In The Context of Retail Outlets in DB City Shopping Mall Bhopal. *Internasional Journal of Management Research and Review*, 2 (12): 334-344.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarni., Mayasari. 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16 (1), pp: 76-84
- Tjiptono, F. 2007. *Manajemen Jasa. Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zafar, M., Zafar, S., Asif, A. 2012. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis of Banking Sector in Pakistan, *Information Management and Business Review*, 4 (3), pp: 159-167.