PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT BANK SUMUT SYARIAH KCP HM JONI MEDAN

Yesi Safitri
71220215009

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Sumatera Utara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada PT Bank Sumut Syariah KCP HM Joni Medan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Partial Least Square (PLS) terhadap 64 responden.Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,649. Kepuasan nasabah juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,457. Selain itu, kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,474. Pengujian mediasi menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah secara parsial.Temuan ini menegaskan bahwa loyalitas nasabah tidak terbentuk secara langsung, tetapi melalui pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan secara nyata. Dengan kata lain, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci yang harus terus diperbaiki dan dimaksimalkan. Oleh karena itu, perbankan tidak cukup hanya memberikan layanan yang baik, tetapi harus memastikan bahwa layanan tersebut benar-benar dirasakan dan mampu menciptakan kepuasan, karena dari situlah loyalitas nasabah akan terbentuk dan bertahan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE AT PT BANK SUMUT SYARIAH KCP HM JONI MEDAN

Yesi Safitri
71220215009

Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Studies
Universitas Islam Sumatera Utara

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on customer loyalty with satisfaction as a mediating variable at PT Bank Sumut Syariah KCP HM Joni Medan. *The method used is a quantitative approach with Partial Least Squares (PLS) analysis technique on 64 respondents. The results of the study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a coefficient value of 0.649. Customer satisfaction is also proven to have a positive and significant effect on customer loyalty, with a coefficient value of 0.457. In addition, service quality directly affects customer loyalty with a coefficient value of 0.474. Mediation testing shows that customer satisfaction is able to partially mediate the relationship between service quality and customer loyalty. This finding confirms that customer loyalty is not formed directly, but through services that are able to create real satisfaction. In other words, service quality is a key factor that must be continuously improved and maximized. Therefore, banks are not enough to just required to provide good service, but must ensure that the service is truly felt and able to create satisfaction, because that is where customer loyalty will be formed and maintained.*

Keywords*: service quality, customer satisfaction, customer loyalty*