

---

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah yang Dimediasi *Word Of Mouth*

Ni Luh Gede Viptiara Sri Kartika<sup>(1)</sup>

I.A Putu Widani Sugianingrat<sup>(2)</sup>

<sup>(1)(2)</sup>Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
e-mail: [viptiarasrikartika0407@gmail.com](mailto:viptiarasrikartika0407@gmail.com)

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to find out the impact of service quality from word-of-mouth mediated loyalty on LPD banjarsayan Indigenous Village. In this study, the population of LPD Banjarsayan Indigenous Village was 4,957 in 2019. The non-stochastic sampling method used in the study sampled 98 defendants for accidental sampling. The analytical techniques used include instrument testing, reliability testing, classical hypothesis testing, path analysis testing and Sobel analysis. The results showed that the quality of service at LPD Desa Adat Banjarsayan had a significant effect on customer loyalty. The quality of service has a positive and significant effect on WOM LPD Banjarsayan Indigenous Village. WOM has a positive and significant effect on the loyalty of LPD customers of Banjarsayan Customary Village LPD. WOM can coordinate the relationship between the quality of service in banjarsayan traditional village with lpd customer loyalty.*

**Keywords :** *Quality of Service, Loyalty and Word Of Mouth*

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak kualitas pelayanan dari loyalitas yang dimediasi *word-of-mouth* pada LPD Desa Adat Banjarsayan. Dalam penelitian ini, jumlah populasi LPD Desa Adat Sayan Banjarsayan adalah 4.957 pada tahun 2019. Metode non-stochastic sampling yang digunakan dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 98 orang terdakwa untuk accidental sampling. Teknik analisis yang digunakan meliputi pengujian instrumen, pengujian reliabilitas, pengujian hipotesis klasik, pengujian analisis jalur dan analisis Sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada LPD Desa Adat Banjarsayan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM LPD Desa Adat Banjarsayan. WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Banjarsayan. WOM dapat mengkoordinasikan hubungan antara kualitas pelayanan di desa adat Banjarsayan dengan loyalitas nasabah LPD.

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Word Of Mouth*

### Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi Lembaga Perkreditan Rakyat (LPD) semakin meningkat dari tahun ke tahun. Lembaga Perkreditan Rakyat (LPD) pada awalnya didirikan karena desa adat perlu mengelola dana desa untuk upacara adat. Harta benda milik bangsa tradisional seringkali dikelola untuk memenuhi segala kebutuhan sarana dan prasarana di bidang keagamaan dan pembangunan nasional tradisional (Kurniasari, 2007).

---

Selain mendorong laju pertumbuhan ekonomi masyarakat pedesaan di Bali, langkah strategis peningkatan pelayanan lembaga keuangan LPD diharapkan dapat menjadi dasar peningkatan pemberdayaan ekonomi masyarakat (Profil LPD, 2019). Lembaga keuangan LPD terus berkembang menjadi desa pakraman yang kuat dan sehat, lembaga keuangan yang lengkap. Namun, tidak semua lembaga keuangan LPD memiliki kinerja keuangan yang sehat. Per 31 Desember 2017, jumlah LPD lembaga keuangan kesehatan adalah 994 LPD (69,85%) dan jumlah setara lembaga keuangan kesehatan adalah 133 LPD (9,35%). Sisanya 79 LPD (5,55%) termasuk dalam kategori tidak sehat (135 LPD di antaranya berada dalam kemacetan lalu lintas).

Ada masalah yang memerlukan perhatian khusus, seperti LPD yang buruk dan LPD yang buruk karena masalah seperti sistem manajemen yang gagal atau pinjaman yang ceroboh. Kita perlu bekerja sama dengan pemangku kepentingan terkait LPDLPD untuk membuat LPD yang tidak sehat menjadi lebih sehat dengan tetap menjaga hasil LPD yang sehat. Sehatnya LPD menunjukkan bahwa LPD dapat terus berkembang agar dapat berkontribusi aktif dalam pembangunan ekonomi budi pekerti dan penguatan desa Pakuraman setempat sebagai nasabah (BKSLPD 2015). Loyalitas nasabah sangat penting dalam perbankan. Mempertahankan pelanggan yang loyal seharusnya lebih penting daripada mendapatkan pelanggan baru, karena merekrut atau mendapatkan pelanggan baru bukanlah pekerjaan yang mudah, karena membutuhkan biaya yang lebih besar, sehingga jika perusahaan melepas pelanggan setia seperti ini adalah suatu kerugian.

Penelitian ini dilaksanakan di LPD Desa Adat Banjarsayan merupakan salah satu lembaga keuangan di bidang perkreditan. Didirikan di Desa Adat Banjarsayan. Mengwi, Badung, Bali. Selama lima tahun terakhir, desa terus melakukan pembangunan infrastruktur ekonomi dan sosial serta pembangunan dan peningkatan fasilitas keagamaan seperti candi, jalan dan koridor yang sebagian besar dilakukan melalui swadaya masyarakat. Jumlah nasabah simpanan LPD di Desa Adat Banjarsayan mengalami peningkatan dari 3.719 nasabah pada tahun 2015 menjadi 4.396 nasabah pada tahun 2019 dalam 5 (lima) tahun terakhir. Dibandingkan dengan jumlah nasabah simpanan dalam 5 (lima) tahun terakhir, fluktuatif, dan tidak berkurang menjadi 214 hingga tahun 2019. Situasi ini dimungkinkan karena nasabah simpanan memiliki loyalitas dan kepercayaan yang rendah terhadap simpanan. Juga kecil. LPD Desa Adat Banjarsayan, dan dalam dunia perbankan, loyalitas nasabah merupakan bukti bahwa bank dapat bersaing dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada setiap nasabah. Menurut nasabah simpanan, jumlah nasabah kredit mengalami penurunan dalam empat (empat) tahun terakhir, dimulai dari 644 nasabah pada tahun 2016 dan terus menurun pada tahun berikutnya, hingga tahun 2019 menjadi 561 nasabah.

---

Hal ini menjadi masalah serius karena kredit yang diberikan merupakan sumber pendapatan dan keuntungan terbesar bagi LPD. Perkembangan 4.444 LPD dalam lima (lima) tahun terakhir tidak terlepas dari loyalitas nasabah terhadap lembaga perkreditan milik desa adat Banjarsayan. Fenomena loyalitas nasabah yang terus menjalin hubungan dan transaksi dengan LPD dapat dilihat pada seorang nasabah, tidak hanya menggunakan produk, tetapi beberapa nasabah yang layak kredit juga memiliki tabungan bahkan deposito, yang dijadikan sebagai jaminan kredit sesuai dengan status rekening yang diajukan. Pegawai bagian kredit LPD Desa Adat Banjarsayan.

Menurut survey peneliti terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh LPD di desa adat Banjarsayan dari tanggal 11 Oktober 2020 sampai dengan 18 Oktober 2020, sebagai bahan referensi penelitian pendahuluan, hasil wawancara dengan berbagai pelanggan terdapat 7 orang yang mengeluh tentang area checkout Hanya ada 3 orang yang melayani, dan pelanggan harus mengantri lama di awal atau akhir bulan, dan pelanggan mengeluh bahwa mereka tidak memiliki kursi untuk menunggu, terutama saat pandemi saat ini, protokol kesehatan harus diterapkan, yaitu Jaga jarak untuk membatasi kapasitas ruang tunggu. Pelanggan juga mengeluhkan selama jam kerja, semua karyawan tidak bergiliran untuk istirahat, sehingga jam pelayanan pada saat istirahat ditutup total. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa LPD desa adat Banjarsayan kurang memiliki kemampuan dalam mengelola pelayanan nasabahnya secara memadai.

Fenomena ini ramai diperbincangkan oleh masyarakat yang biasa disebut dengan promosi dari mulut ke mulut. Dari mulut ke mulut seringkali lebih sulit dikendalikan karena kebanyakan orang lebih sering membicarakan hal-hal negatif daripada hal-hal positif. Sebagai contoh, nasabah mengeluhkan pelayanan staf yang menyebabkan menurunnya kepercayaan nasabah yang diikuti dengan penurunan jumlah nasabah simpanan dan pinjaman pada tahun 2019, menunjukkan fluktuasi. Di antara 5 (lima) pelanggan lain yang diteliti oleh peneliti, 60% pelanggan lebih cenderung berkomunikasi secara negatif dengan lebih banyak orang daripada berkomunikasi secara aktif. Word-of-mouth positif lebih menarik daripada iklan, karena pelanggan puas dengan produk atau layanan yang mereka gunakan, maka pelanggan ini lebih persuasif daripada jenis iklan promosi apa pun. Variabel word of mouth merupakan hal yang menarik untuk dikaji karena word of mouth merupakan salah satu penentu reputasi LPD desa adat Banjarsayan di mata pelanggan. Tersebar nya berita negatif dari mulut ke mulut di masyarakat berdampak pada jumlah nasabah yang menggunakan produk LPD tradisional desa Banjarsayan (seperti deposito dan kredit). Berdasarkan latar belakang pertanyaan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap

---

loyalitas nasabah melalui word of mouth sebagai variabel perantara pada LPD di Kota Adat Banjarsayan.

### Metode Penelitian

Jika proses kualitas pelayanan diulang, berkelanjutan, dan terus menerus diusahakan, maka akan memberikan kepuasan pelanggan seperti yang diharapkan. Untuk itu, perusahaan perlu melakukan lebih banyak upaya di tempat lain, tidak hanya untuk memuaskan pelanggan, tetapi juga untuk mempertahankan mereka di perusahaan.

Lembaga keuangan yang berhasil berperan dalam layanan pelanggan dapat memberikan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan membangun dan mengembangkan kualitas pelayanan organisasi melalui pelayanan (Dewi et al., 2014). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2014) dan (Sembiring, 2014), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan positif dan penting dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, terbentuk asumsi sebagai berikut :

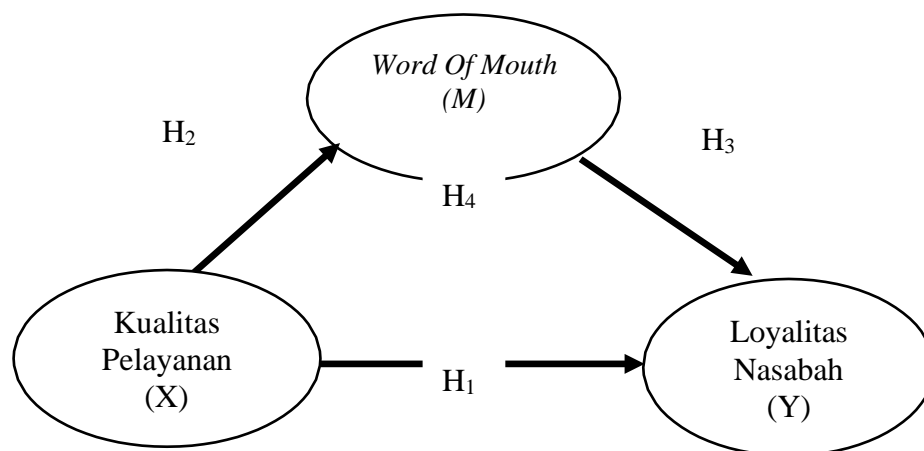
H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Banjarsayan. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan perusahaan, semakin dapat membentuk perilaku konsumen, yang dapat menguntungkan perusahaan dan menciptakan reputasi. Namun, jika kualitas layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen, tidak akan ada ulasan dan ulasan negatif dari konsumen. Ketertarikan pada rekomendasi rumor adalah salah satu opsi yang kini banyak diharapkan untuk memberikan solusi dan langkah strategis bagi bisnis atau banyak peneliti untuk membantu mereka meningkatkan level manajemen hubungan pelanggan. Rumor yang direkomendasikan adalah arah strategis perusahaan (Nisa 2015). ini ada hubungannya dengan (Anita & Rahanatha, 2019) (Batubara Aida W, Ginting Paham, 2014) dan (Saktiani, 2015) Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan pelanggan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dibuat hipotesis sebagai berikut.

H<sub>2</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* LPD Desa Adat Banjarsayan. Diharapkan dapat menghasilkan positive review (WOM) dari masyarakat ketika ekspektasi konsumen sesuai dengan apa yang ditawarkan perusahaan. Dari perspektif positif, word-of-mouth dapat membantu meningkatkan citra perusahaan, mengembangkan pemasaran, dan mengamankan konsumen baru dengan biaya rendah (Kordnaej et al., 2013). Zamil (2011) juga mengungkapkan bahwa ia bukan pemasar dari mulut ke mulut, tetapi secara informal menyampaikan ide, pendapat, pendapat, dan informasi di antara keduanya. Fenomena word-of-mouth dianggap mampu mendorong pembelian dan berdampak pada

masyarakat, tidak memakan banyak biaya, menciptakan citra yang baik dan memungkinkan konsumen untuk membeli kembali produk tersebut. Strategi promosi yang efisien. Sehubungan dengan ini (Indra Saputra et al., 2015) dan (Yusfita & Yulianto, 2018) yang menyatakan bahwa *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian tersebut maka dibentuk hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Banjarsayan. Berdasarkan beberapa penelitian seperti penelitian dari (Dewi et al., 2014), (Anita & Rahanatha, 2019), (Batubara Aida W, Ginting Paham, 2014), (Saktiani, 2015) dengan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*. Selanjutnya penelitian oleh (Sembiring, 2014) dengan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian oleh (Indra Saputra et al., 2015), (Yusfita & Yulianto, 2018) Ulasan menunjukkan bahwa mereka memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H<sub>4</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh *Word Of Mouth* LPD desa adat Banjarsayan.



**Gambar 1 Kerangka Berpikir**

Sumber: Anita & Rahanata (2015), Dewi, Kerti Yasa & Sukaatmaja (2014)

Penelitian dilakukan di Desa Adat Banjarsayan Desa Werdi Bhuwana, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badong, Provinsi Bali. Alasannya adalah kualitas layanan yang dimediasi dari mulut ke mulut mempengaruhi loyalitas. Populasi adalah wilayah umum yang dibentuk oleh objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu, ditentukan oleh peneliti, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:80). Dalam penelitian ini, total populasi LPD Banjarsayan desa adat tahun 2019 adalah 4.957.

Kriteria pemilihan narasumber atau sampel adalah nasabah LPD Desa Adat Banjarsayan. Untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan populasi, penelitian ini menggunakan rumus Slovenia (Umar, 2003: 78), sehingga jumlah pelanggan yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 98 pelanggan. Teknik non-probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik accidental sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang mengambil setiap orang yang ditemukan atau ditemukan secara tidak sengaja sebagai sampel. Standar yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah responden adalah nasabah LPD Desa Adat Banjarsayan.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

**Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Kelompok	Validitas		Reliabilitas	
	Korelasi (r)	Keterangan	Koefisien Alpha	Keterangan
X <sub>1.1</sub> – X <sub>1.15</sub>	0,920 ; 0,910 ; 0,893 ; 0,908 ; 0,846 ; 0,905 ; 0,903 ; 0,873 ; 0,910 ; 0,920 0,905; 0,896 ; 0,858 ; 0,910 ; 0,905	Valid	0,983	Reliabel
M <sub>1</sub> -M <sub>9</sub>	0,912 ; 0,901 ; 0,879 ; 0,843 ; 0,870 ; 0,654 ; 0,830 ; 0,870 ; 0,899	Valid	0,952	Reliabel
Y <sub>1</sub> -Y <sub>9</sub>	0,902 ; 0,849 ; 0,870 ; 0,839 ; 0,840 ; 0,850 ; 0,880 ; 0,846 ; 0,886	Valid	0,957	Reliabel

Sumber : data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji instrumental kuisioner kualitas pelayanan, word-of-mouth, dan loyalitas pelanggan kepada 98 responden, nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,30 untuk dikatakan efektif, dan masing-masing variabel memiliki alpha. Nilainya lebih besar dari 0,60.

### Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pengaruh langsung dari analisis jalur diwakili oleh koefisien *i*, dan pengaruh total dengan pengaruh tidak langsung dapat dihitung secara terpisah. Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan SPSS 23.0 untuk estimasi parameter, dan diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 1. Coefficients Substruktur 1 (Model 1)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	14.514	2.252		6.446	.000
	Kualitas Pelayanan	.339	.040	.655	8.498	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : data diolah (2021)

**Tabel 2. Coefficients Substruktur 2 (Model 2)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	8.657	2.695		3.212	.002
	Kualitas Pelayanan	.215	.053	.397	4.079	.000
	Loyalitas Nasabah	.386	.102	.368	3.782	.000

a. Dependent Variable: Word of Mouth

Sumber : data diolah (2021)

Berdasarkan perhitungan struktur parsial 1 dan 2, dapat ditentukan besarnya pengaruh langsung antara variabel, pengaruh tidak langsung dan pengaruh keseluruhan. Perhitungan pengaruh antar variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Variabel Kualitas Pelayanan, WOM dan Loyalitas Nasabah**

Variabel		Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak langsung melalui <i>Word Of Mouth</i>	Pengaruh Total
X	Y	0,339	$0,215 \times 0,386 = 0,082$	0,421
M	Y	0,386		0,386
X	M	0,215		0,215

Sumber: data diolah (2021)

#### Hasil koefisien determinasi total :

$$R^2_m = 1 - (1-0,429) (1-0,485)$$

$$R^2_m = 1 - (0,571)(0,515)$$

$$R^2_m = 1 - 0,29$$

$$= 0,71$$

Dengan kata lain, keragaman data yang dapat dijelaskan model-wise adalah 71,0%, yaitu informasi yang terkandung dalam data dijelaskan model-wise sebesar 71,0%, dan sisanya (100% - 71% = 29%) adalah sebagai berikut, yaitu sebagai berikut. Dijelaskan dalam kesalahan dengan variabel lain yang tidak termasuk dalam model.

#### Theory Trimming

Metode ini dicapai dengan menghilangkan jalur yang tidak signifikan untuk mendapatkan model yang benar-benar didukung oleh data empiris. Uji validasi pada setiap jalur pengaruh langsung setara dengan regresi dengan nilai p dari uji-t. Artinya, ia menggunakan uji standar parsial dari koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap WOM (M) adalah 4,079 dengan sig 0,000, Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) adalah 8,498 dengan sig 0,000, variabel WOM (M) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 3,782 dengan sig 0,000.

---

## Pembahasan

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil tes empiris, tingkat variabel kualitas dalam kualitas variabel layanan adalah dampak besar pada loyalitas pelanggan pada 0,000 LPD dari Desa Adat Banjarsayan. 0,05, jadi  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dan dengan kata lain, kualitas layanan secara aktif berdampak besar pada amortisasi klien.

Pelanggan Kepercayaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan bahwa properti pelanggan yang dimiliki oleh klien setia kepada klien. Setiawan (2007) menyatakan bahwa layanan dan layanan yang mengkonsumsi kepercayaan pelanggan dapat memiliki dampak besar pada amortisasi pelanggan. Putro (2008) memutuskan untuk memiliki keyakinan tinggi, serta loyalitas pelanggan untuk layanan yang diterima. Maharsi (2006) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen memberikan kontribusi penting bagi pembentukan loyalitas konsumen dalam studinya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dijelaskan (Dewi et al., 2014) dan (Sembiring, 2014) bahwa kualitas layanan positif bagi loyalitas pelanggan dan memiliki implikasi penting.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Word Of Mouth***

Hasil analisis empiris, tingkat signifikansi penelitian pada word-of-mouth dan parameter kualitas layanan adalah  $0,000 < 0,000$ . Jika 0,05,  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  disetujui. Singkatnya, kualitas pelayanan positif dan berpengaruh signifikan terhadap reputasi LPD Desa Adat Banjarsayan.

Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan dan dimaksimalkan agar pilihan pelanggan tetap hidup. Salah satu cara untuk mempengaruhi penggunaan layanan perbankan Anda adalah rumor. Dalam kegiatan pemasaran, pelanggan merupakan kegiatan yang dapat menghasilkan publisitas dan informasi tentang produk dan jasa perusahaan. Nasabah berbagi pemikiran, pendapat dan informasi kepada orang lain tentang layanan perbankan yang dapat diperoleh dari kualitas layanan perbankan tersebut melalui aktivitas nasabah. Melalui kegiatan tersebut, calon nasabah dapat memahami kualitas layanan layanan perbankan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anita & Rahanatha, 2019), (Batubara Aida W, Ginting Paham, 2014) dan (Saktiani, 2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *Word Of Mouth*.

### **Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil uji empiris, tingkat signifikansi variabel evaluasi terhadap loyalitas pelanggan adalah  $0,000 < 0,000$ . Untuk 0,05,  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diperbolehkan. Dengan kata



---

lain, pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan LPD Desa Adat Spesifikasi Banjar.

Dari mulut ke mulut memainkan peran penting dalam loyalitas pelanggan karena dapat mempengaruhi dan memiliki karakteristik yang kuat yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Menurut Mowen dan Minor (2012: 180), *word of mouth* adalah pertukaran ulasan, ide, atau gagasan antara dua konsumen atau lebih, tidak ada satupun yang menjadi sumber pemasaran. Dari mulut ke mulut memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku pembelian konsumen. Ulasan memindahkan informasi sesuai dengan kebutuhan pengirim dan penerima. Penerima mungkin harus menyebarkan dari mulut ke mulut karena mereka tidak percaya pada pesan penjualan. Atau mencari informasi untuk mengurangi kecemasan akan pembelian yang berbahaya (Mowen dan Minor, 2012: 180).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indra Saputra et al., 2015) dan (Yusfita & Yulianto, 2018) yang menyatakan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui *Word Of Mouth***

Berdasarkan hasil uji empiris yang diperoleh,  $Z$  hitung (2,20) >  $Z$  tabel (1,96), *word of mouth* dapat ditemukan hubungan antara kualitas layanan perantara LPD Desa Adat Banjarsayan dengan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh (Dewi et al., 2014), (Anita & Rahanatha, 2019), (Batubara Aida W, Ginting Paham, 2014), (Saktiani, 2015), dan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang sesuai *Word of mouth* memiliki dampak yang signifikan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Sembiring, 2014) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (Indra Saputra et al., 2015), (Yusfita & Yulianto, 2018) menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan.

### **Simpulan**

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas nasabah juga akan meningkat.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word Of Mouth* sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka *Word Of Mouth* juga akan meningkat.
3. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya apabila *Word Of Mouth* meningkat maka loyalitas nasabah juga akan meningkat.

- 
4. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh  $Z_{hitung} (2,20) > Z_{tabel} (1,96)$  sehingga  $H_4$  diterima dengan demikian *Word Of Mouth* dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah yang artinya *Word Of Mouth* mampu memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah.

### Daftar Pustaka

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra. Wacana Media, Jakarta.
- Agnihotri Rai, Dingus Rebeca, dan T. Krush. (2014). Social media: Influencing customer satisfaction in B2B sales. *Industrial Marketing Management*. Vol. 53, Pages 172-180
- Anita, N. L. N. Y., & Rahanatha, G. B. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Wom Melalui Kepuasan Pada Pt. Sarana Dewata Courier. *Journal Of Business Studies*, 4(8), 2192–2209.
- Batubara Aida W, Ginting Paham, L. A. N. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Perpajakan Fisip USU. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02), 191–202.
- Dewi, G. A. P. R. K., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, P. G. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki Di Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udaya*, 3(5), 257–275. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/8039>
- Fakhrun Nisa, P. R. E. V. I. S. T. A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Wom (Word Of Mouth) Melalui Kepuasan Konsumen Pada Jasa Bus Putra Mas Kelas Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 3(2).
- Indra Saputra, I., Suryani, A., & Nurcahya, I. (2015). Pengaruh Relasi Konsumen Dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bpd Bali Cabang Badung. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(3), 255137.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rohmah, N., & Fanani, Z. (2017). Pengantar Manajemen Pendidikan. Malang: MADANI.
- Saktiani, G. A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Word of Mouth. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi*, 4(2), 42423.
- Sembiring, I. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Yusfita, N., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Survei pada konsumen PT Alhamdi Global Wisata periode umrah 2015 sampai dengan Juni 2017 ). *Administrasi Bisnis*, 57(1), 46–52. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id%0A46](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id%0A46)