

Peran Mediasi Kepuasan Nasabah pada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Ni Putu Mia Arini⁽¹⁾

Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat⁽²⁾

Ida I Dewa Ayu Yayati Wilyadewi⁽³⁾

^{(1),(2),(3)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
email: miaariinii10@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the mediating role on customer satisfaction on the effect of service quality on customer loyalty in the LPD Desa Adat Ubung in Denpasar. The population in this study were all customers of the Ubung Traditional Village LPD which were recorded in 2022 as many as 5,662 people. Determination of the sample using the Slovin formula to obtain 98 customers as a sample, and sampling using purposive sampling. Data were analyzed using path analysis (path analysis). The results of the analysis show that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, and customer satisfaction can mediate the relationship between service quality and customer loyalty LPD Desa Adat Ubung in Denpasar.

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh peran mediasi kepuasan nasabah pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Ubung di Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah LPD Desa Adat Ubung yang tercatat tahun 2022 sebanyak 5.662 orang. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga didapatkan 98 orang nasabah sebagai sampel, dan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah LPD Desa Adat Ubung di Denpasar.

Kata Kunci : *kepuasan nasabah; kualitas pelayanan; loyalitas nasabah*

Pendahuluan

Menurut (Tjiptono, 2018) “mobilitas pertumbuhan ekonomi suatu negara cerminan dari bagaimana kondisi pertumbuhan ekonomi tata ruang terkecilnya yaitu pertumbuhan ekonomi desa”. Menurut (Sudiartha, 2017) “LPD merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang ada dipedesaan dimana LPD memiliki kontribusi yang sangat besar dalam

membantu usaha masyarakat pedesaan. Salah satu lembaga keuangan yang ada di pedesaan khususnya di Bali adalah Lembaga Perkreditan Desa (LPD). Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 3 Tahun 2017 tentang Lembaga Perkreditan Desa, menyatakan bahwa LPD merupakan badan usaha keuangan milik desa, melaksanakan kegiatan usaha di lingkungan desa dan untuk *krama desa*".

Menurut (Sudiartha, 2017) "usaha yang dilakukan LPD adalah menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali berupa kredit kepada nasabah atau masyarakat yang membutuhkan bantuan keuangan, untuk itu agar LPD mampu bersaing dan bertahan di tengah banyaknya persaingan lembaga keuangan lain maka LPD membutuhkan manajemen pemasaran yang baik dari para pengelola atau pengurusnya". Menurut (Kotler & Keller, 2017) "manajemen pemasaran adalah penganalisaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan organisasi. Semakin ketatnya tingkat persaingan bisnis mengakibatkan perusahaan dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan konsumen yang loyal dan mau tetap bertahan menggunakan produk-produk yang dipasarkan".

Menurut (Griffin, 2017) "konsumen yang loyal adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek untuk tetap setia pada merek tertentu". Menurut (Kasmir, 2018) "dalam perusahaan atau lembaga keuangan, nasabah yang loyal dapat meningkatkan keuntungan perusahaan, karena keuntungan pokok lembaga keuangan adalah dari selisih bunga simpanan nasabah dengan bunga kredit atau pinjaman dari nasabah". Serta menurut (Zulkarnain et al., 2020) "konsumen yang loyal sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan di bidang industri pemasaran produk maupun jasa, untuk menumbuhkan konsumen yang loyal dibutuhkan kualitas pelayanan yang mampu memuaskan konsumen".

Salah satu LPD yang ada di Bali yaitu LPD Desa Adat Ubung yang beralamat di Jl. Cokroaminoto No. 239, Ubung, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar. LPD Desa Adat Ubung merupakan salah satu lembaga keuangan yang dimiliki Desa Adat Ubung, serta salah satu LPD yang cukup besar di wilayah Denpasar Utara. LPD Desa Adat Ubung memiliki produk berupa tabungan harian, tabungan bulanan, tabungan hari tua, tabungan pendidikan, deposito, serta pemberian kredit bagi nasabahnya baik itu kredit usaha maupun kredit konsumtif. LPD Desa Adat Ubung sudah berdiri sejak tahun 1990, yang sampai sekarang sudah menginjak 30 tahun lebih dan melayani kurang lebih 7.000 nasabah yang berada di berbagai wilayah Kota Denpasar.

Berdasarkan data perkembangan jumlah nasabah LPD Desa Adat Ubung selama 6 tahun terakhir, jumlah data nasabah tersebut sudah termasuk nasabah tabungan, deposito, dan kredit dikarenakan setiap nasabah yang melakukan deposito dan pengambilan kredit diharuskan menabung atau memiliki rekening di LPD Desa Adat Ubung. Tahun 2017 total nasabah yang dimiliki LPD Desa Adat Ubung sebanyak 6,452 orang, kemudian meningkat sebesar 9,28% menjadi 7.112 orang di tahun 2018. Tetapi, mulai tahun 2019 jumlah nasabah mengalami penurunan sebesar 7,90% menjadi 6.591 orang nasabah. Kemudian menurun kembali selama tahun 2020 sampai tahun 2022 menjadi sebanyak 5.662 orang nasabah. Penurunan jumlah nasabah mengindikasikan adanya penurunan tingkat loyalitas nasabah kepada LPD Desa Adat Ubung, penurunan jumlah nasabah merupakan masalah yang serius bagi sebuah lembaga keuangan.

Untuk menjaga loyalitas nasabah, LPD Desa Adat Ubung selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, agar nasabah merasa puas ketika menggunakan jasa LPD baik itu menabung maupun meminjam uang di LPD, tetapi usaha LPD Desa Adat Ubung dalam memberikan pelayanan yang memuaskan dirasa belum maksimal. Menurut (Hidayat, 2022) “peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen secara tidak langsung dapat menumbuhkan kepuasan bagi konsumen baik kepuasan terhadap produk atau jasa maupun kepuasan terhadap perusahaan sebagai pemberi pelayanan”. Menurut (Kotler & Keller, 2017) “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika perusahaan tidak dapat memberikan yang sesuai ekspektasi mereka maka pelanggan akan merasa tidak puas. Konsumen yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan secara tidak langsung akan menjadi konsumen yang loyal terhadap perusahaan dan akan selalu datang kembali untuk membeli produk dan jasa yang dipasarkan”.

Hasil penelitian (Pahlawan et al., 2019), (Regata, 2019), (Zulkarnain et al., 2020), (Yusuf & Syamsudin, 2023), (Madjowa, 2023) “menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen”. Berdasarkan pemaparan tersebut maka hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Ubung di Denpasar

Hasil penelitian (Saputri et al., 2021), (Hidayat, 2022), (Zulkarnain et al., 2020), (Yusuf & Syamsudin, 2023) “menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kepuasan konsumen”. Berdasarkan pemaparan tersebut maka hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H2 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Ubung di Denpasar.

Hasil penelitian (Choiriah, 2019), (Regata, 2019), (Saputri et al., 2021), (Hidayat, 2022) “menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas”. Berdasarkan pemaparan tersebut maka hipotesis yang dapat diajukan adalah:

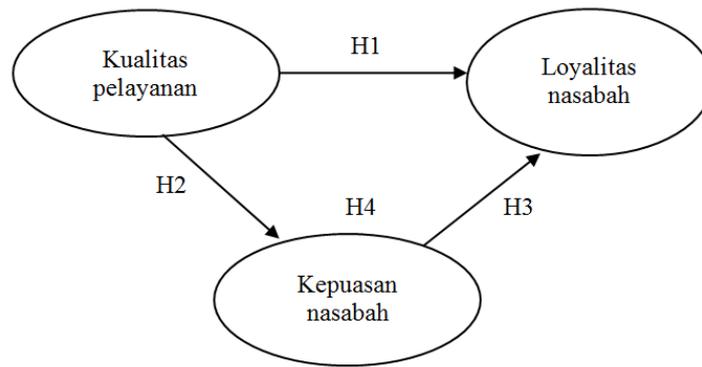
H3 : Diduga kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Ubung di Denpasar.

Hasil penelitian (Pahlawan et al., 2019), (Regata, 2019), (Zulkarnain et al., 2020), (Hidayat, 2022) “menyatakan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas”. Berdasarkan pemaparan tersebut maka hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H4 : Diduga kepuasan nasabah mampu mediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Ubung di Denpasar.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada LPD Desa Adat Ubung yang beralamat di Jl. Cokroaminoto No.239, Ubung, Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali 80111. Seluruh nasabah LPD Desa Adat Ubung di Denpasar tahun 2022 yang berjumlah 5.662 orang nasabah dijadikan sebagai populasi. Metode penentuan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga didapatkan 98 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu “metode penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu dan tujuan tertentu”. (Sugiyono, 2020) “Metode observasi, wawancara, dokumentasi, serta kuesioner dipilih sebagai pengumpulan data. Pengukuran kuesioner menggunakan skala linkert lima poin dengan analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*)”.

**Gambar 1. Model Penelitian**

Sumber: Hasil pemikiran peneliti, 2023

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengujian instrumen telah dinyatakan valid dan reliabel dengan hasil pengujian sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

| No | Variabel | Item Pernyataan | Validitas | | Reliabilitas | |
|----|------------------------|-----------------|----------------------------|-------|-----------------------|----------|
| | | | <i>Pearson Correlation</i> | Ket. | <i>Alpha Cronbach</i> | Ket. |
| 1 | Loyalitas Nasabah (Y) | Y.1 | 0,666 | Valid | 0,717 | Reliabel |
| | | Y.2 | 0,862 | Valid | | |
| | | Y.3 | 0,863 | Valid | | |
| 2 | Kualitas Pelayanan (X) | X.1 | 0,614 | Valid | 0,716 | Reliabel |
| | | X.2 | 0,803 | Valid | | |
| | | X.3 | 0,722 | Valid | | |
| | | X.4 | 0,626 | Valid | | |
| | | X.5 | 0,644 | Valid | | |
| 3 | Kepuasan Nasabah (M) | M.1 | 0,787 | Valid | 0,811 | Reliabel |
| | | M.2 | 0,818 | Valid | | |
| | | M.3 | 0,499 | Valid | | |
| | | M.4 | 0,842 | Valid | | |
| | | M.5 | 0,851 | Valid | | |

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 1, menurut (Ghozali, 2018) “nilai koefisien korelasi seluruh variabel lebih besar dari 0,3 dan *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan valid dan reliabel”.

Menurut (Ghozali, 2018) “perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel dilakukan menggunakan analisis regresi melalui *SPSS 22.0* diperoleh hasil besarnya pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total antar variabel”. Perhitungan pengaruh antar variabel adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, Dan Pengaruh Total Variabel Kualitas pelayanan, Kepuasan nasabah, Dan Loyalitas nasabah

| Variabel | | Pengaruh Langsung | Pengaruh melalui Kepuasan nasabah | Pengaruh Total |
|--------------------|-------------------|-------------------|-----------------------------------|----------------|
| Kualitas Pelayanan | Kepuasan Nasabah | 0,494 | | 0,494 |
| Kepuasan Nasabah | Loyalitas Nasabah | 1,015 | | 1,015 |
| Kualitas Pelayanan | Loyalitas Nasabah | 0,224 | 0,501 | 0,725 |

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2. dapat dijelaskan bahwa pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,494 artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar 1,015 artinya jika kepuasan nasabah meningkat maka loyalitas nasabah juga akan meningkat. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,224 sedangkan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan nasabah sebesar 0,501 artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas nasabah juga akan meningkat.

Tabel 3. Nilai Koefisien Determinasi Substruktur 1

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .770 ^a | .593 | .589 | 1.231 |

Tabel 4. Nilai Koefisien Determinasi Substruktur 2

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .779 ^a | .606 | .598 | 2.036 |

Berdasarkan Tabel 3 dan Tabel 4, dapat dihitung hasil koefisien determinasi total :

$$R^2_m = 1 - (1 - 0,593) (1 - 0,606)$$

$$R^2_m = 1 - 0,013$$

$$R^2_m = 0,987$$

Berarti keragaman data pada model penelitian ini sebesar 98,7 persen serta 1,3 persen sisanya merupakan error yang tidak dapat dijelaskan pada model penelitian.

Tabel 5. Coefficients Substruktur 1 (Model 1)

| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2.059 | .817 | | 2.519 | .013 |
| | X | .494 | .042 | .770 | 11.826 | .000 |

Tabel 6. Coefficients Substruktur 2 (Model 2)

| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 2.953 | 1.396 | | 2.115 | .037 |
| | X | .224 | .108 | .209 | 2.067 | .041 |
| | M | 1.015 | .169 | .607 | 6.013 | .000 |

Berdasarkan Tabel 5 dan Tabel 6, pendekatan *theory trimming* dilakukan dengan membuang jalur-jalur yang non signifikan agar memperoleh model yang benar-benar didukung oleh data empirik. Uji validasi pada setiap jalur untuk pengaruh langsung adalah sama dengan regresi, menggunakan nilai p dari uji t yaitu pengujian koefisien regresi variabel dibakukan secara parsial dengan kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (M) adalah 11,826 dengan sig. 0,000, kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah 2,067 dengan sig. 0,041, variabel kepuasan nasabah (M) terhadap loyalitas nasabah (Y) sebesar 6,013 dengan sig. 0,000.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil uji hipotesis menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, dengan kata lain kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Ubung di Denpasar. Menurut (Regata, 2019) “kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas produk jasa sulit untuk didefinisikan, dijabarkan dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan keinginan nasabah untuk tetap bertahan menggunakan produk atau jasa pada suatu perusahaan, yang membuat loyalitas semakin meningkat”. Hasil penelitian ini sejalan penelitian (Pahlawan et al., 2019), (Regata, 2019), (Zulkarnain et al., 2020), (Yusuf & Syamsudin, 2023), (Madjowa, 2023) “menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen”.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji hipotesis menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga H0 ditolak dan H2 diterima, dengan kata lain kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah LPD Desa Adat Ubung di Denpasar. Menurut (Regata, 2019) “kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap pelanggan dengan baik sehingga tercipta kepuasan pelanggan yang semakin tinggi”. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Saputri et al., 2021), (Hidayat, 2022), (Zulkarnain et al., 2020), (Yusuf & Syamsudin, 2023) “menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen”.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil uji hipotesis menunjukkan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, sehingga H0 ditolak dan H3 diterima, dengan kata lain kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Ubung di Denpasar. Menurut (Hidayat, 2022) “kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan maka semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk tetap menggunakan produk dan jasa yang dipasarkan perusahaan tersebut sehingga menciptakan loyalitas yang tinggi dari nasabah”. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Choiriah, 2019), (Regata, 2019), (Saputri et al., 2021), (Hidayat, 2022) “menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas”.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Mediasi Kepuasan Nasabah

Hasil uji hipotesis menunjukkan kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah. Menurut (Ghozali, 2018) “dapat disimpulkan pula bahwa dalam penelitian ini terjadi mediasi sebagian (*partial mediation*) karena variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, dan variabel mediasi juga berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat serta mampu memediasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat”. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Regata, 2019) menyatakan “kepuasan konsumen mampu memediasi hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka, perusahaan akan

meningkatkan kepuasan konsumen yang berimbas kepada semakin loyalnya konsumen terhadap perusahaan”. Hasil penelitian tersebut diperkuat hasil penelitian (Pahlawan et al., 2019), (Regata, 2019), (Zulkarnain et al., 2020), (Hidayat, 2022), yang menyatakan “kepuasan konsumen mampu memediasi hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas”.

Simpulan

Berdasarkan hasil uji empirik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Ubung di Denpasar. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah LPD Desa Adat Ubung di Denpasar. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Ubung di Denpasar. Kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah.

Saran

Terkait kualitas pelayanan, jawaban responden terendah pada pernyataan tentang fasilitas ruang tunggu LPD Desa Adat Ubung yang dirasa oleh beberapa nasabah belum nyaman bagi nasabah. Maka, disarankan kepada LPD Desa Adat Ubung untuk memaksimalkan fasilitas yang ada di LPD Desa Adat Ubung terutama ruang tunggu agar nasabah yang datang dan menunggu pelayanan dapat lebih nyaman selama menunggu, dengan jalan memasang AC pada ruang tunggu, menambah kursi tunggu, atau memperbaiki interior ruangan agar lebih terasa nyaman bagi nasabah. Terkait kepuasan nasabah, jawaban responden terendah pada pernyataan tentang produk keuangan (tabungan dan deposito) LPD Desa Adat Ubung yang dirasa oleh beberapa nasabah belum maksimal kualitasnya. Maka, disarankan kepada LPD Desa Adat Ubung untuk memperbanyak lagi produk-produk keuangan seperti tabungan berjangka, tabungan hari tua, tabungan pendidikan, serta tabungan lain yang dapat dipilih oleh nasabah sesuai dengan kebutuhannya, serta meningkatkan kualitas produk keuangan tersebut baik dari sisi bunga yang lebih tinggi, maupun bentuk fasilitas yang diterima dari produk keuangan tersebut yang ditingkatkan.

Daftar Pustaka

- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma ElektriKa Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- Choiriah, E. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Honda di Kota Semarang). *Proceeding Seminar Nasional dan Call for Papers 2019*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP-UNDIP.

- Griffin, J. (2017). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan*. Airlangga.
- Hidayat, D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi*, 1(1), 16–27.
- Kasmir. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Managemen* (15 ed.). Prentice-Hall Published.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Madjowa, I. S. (2023). Tingkat Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Melalui Variabel Moderating Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 184–193.
- Pahlawan, M. R., Laba, A. R., Pakki, E., Hardiyono, & Nurlia. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar. *Journal of Business Administration*, 3(2), 228–244.
- Regata. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1430–1456.
- Saputri, A. N. J., Apriani, V., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (J&T Express). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 16(1), 95–103.
- Sudiartha, G. M. (2017). Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Loan To Deposit Ratio Dan Rentabilitas Terhadap Kredit LPD Kabupaten Badung. *E-Jurnal Manajemen*, 6(8), 4048–4069.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa*. Gramedia.
- Yusuf, F., & Syamsudin. (2023). Loyalitas Nasabah Di Bank Mandiri Cabang Kota Jakarta Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah Bank Mandiri di Jabodetabek. *Fortofolio: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 32–39.
- Zulkarnain, R., Taufik, & Ramdansyah. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Banten Jaya*, 2(1), 1–16.