

Meningkatkan Loyalitas dengan Kualitas Pelayanan melalui Mediasi Kepuasan

Ni Putu Erin Puspitasari ⁽¹⁾

Ida Ayu Mashyuni ⁽²⁾

Gde Indra Surya Diputra ⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail : puspitaerin84@gmail.com

ABSTRACT

Financial institutions play an important role in improving the economy by channeling funds to those in need. Therefore, it is important to know what factors can increase customer loyalty. The results of this study are expected to show the role of satisfaction in mediating the effect of service quality on customer loyalty at the LPD Sangketan Traditional Village, Penebel District, Tabanan Regency. The total population in this study was 548 with a sample of 85 people. Data testing was carried out by path analysis and mediation testing using the Sobel test. The test results show that satisfaction mediates the effect of service quality on customer loyalty. It is recommended to always provide quality service, increase satisfaction to increase loyalty.

Keywords: *Loyalty; Service Quality; Satisfaction*

ABSTRAK

Lembaga keuangan berperan penting dalam meningkatkan perekonomian dengan menyalurkan dana kepada pihak yang membutuhkan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan peranan dari kepuasan dalam memediasi pengaruh antar kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di LPD Desa Adat Sangketan Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 548 dengan sampel sebanyak 85 orang. Pengujian data dilakukan dengan analisis jalur dan pengujian mediasinya menggunakan uji sobel. Hasil uji menunjukkan bahwa kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Disarankan agar selalu memberikan pelayanan yang berkualitas, meningkatkan kepuasan untuk meningkatkan loyalitas.

Kata Kunci : *Loyalitas; Kualitas Pelayanan; Kepuasan*

Pendahuluan

Tingginya tingkat persaingan saat ini menuntut setiap perusahaan agar dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya yang dimilikinya untuk dapat bertahan dan terus melakukan produksinya (Saputri *et al.*, 2019). Perusahaan dapat melakukan berbagai upaya untuk dapat mencapai target-target yang telah ditetapkan sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan untuk terus berkembang (Agiesta *et al.*, 2021). Penerapan strategi-strategi yang tepat akan sangat membantu perusahaan dalam mencapai konsumen untuk memberikan penawaran produk yang dapat memenuhi kebutuhannya (Masadah *et al.*, 2020). Perkemabangan era digital yang terjadi semakin pesat saat ini dapat dimanfaatkan

perusahaan untuk menawarkan produknya dengan lebih efektif dan efisien dan konsumen yang dapat dicapai juga tidak terbatas (Pahlawan *et al.*, 2019). Perusahaan dapat menawarkan dan memberikan informasi terkait dengan produk-produk yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen (Sugiharto & Wijaya, 2020). Begitu pula dengan lembaga keuangan sejalan dengan perkembangan Indonesia dan perkembangan ekonomi internasional, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan yang kuat dan sehat (Thungasal & Siagian, 2019).

Membangun loyalitas yang kuat di benak konsumen untuk semua perusahaan dapat menjadi daya saing terbaik untuk menjaga konsumen terus bersedia menggunakan produk-produk (Fortuna *et al.*, 2020). Menurut Haninda (2020), loyalitas dapat diartikan sebagai sebuah keinginan kuat yang dimiliki oleh konsumen atas suatu produk yang membuatnya terus berkeinginan untuk menggunakannya dimasa yang akan datang. Loyalitas yang baik akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang sehingga dapat memberikan keuntungan yang lebih baik bagi perusahaan (Sugiharto & Wijaya, 2020). (Aziz & Putra, 2019). Nasabah yang loyal dalam menggunakan jasa perusahaan akan sangat berperan penting untuk memakmurkan perusahaan dan memenangkan persaingan (Pratiwi *et al.*, 2020). Perusahaan yang tidak memiliki loyalitas dari nasabahnya akan kesulitan untuk bertahan karena harus terus mencari konsumen baru untuk menggunakan produknya (Purnamasari *et al.*, 2023).

Menurut Masadah *et al.*, (2020), kepuasan dapat diartikan sebagai rasa senang yang dimiliki oleh konsumen karena apa yang diharapkannya telah terpenuhi. Perasaan senang konsumen diperoleh dari hasil membandingkan antara harapan yang dimilikinya atas suatu produk pada keadaan sebenarnya dari produk tersebut saat digunakan. (Subali & Suartina, 2021). Jika harapan terpenuhi, pelanggan juga akan kecewa dan jika kinerja melebihi harapan pada saat yang sama, pelanggan sangat puas (Agiesta *et al.*, 2021). Konsumen yang dipenuhi harapannya akan menunjukkan kepuasan sehingga akan memberikan berbagai dampak positif yang dapat membuat perusahaan mencapai tujuannya (Dewi & Swara, 2022). Perusahaan diharuskan agar selalu berusaha memberikan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan konsumennya sehingga akan membuatnya puas selama menggunakan produk yang diberikan perusahaan (Putra *et al.*, 2021). Perasaan puas ini akan sangat membantu perusahaan dalam membangun loyalitas dari setiap konsumennya (Saputri *et al.*, 2019).

Pelayanan yang berkualitas akan sangat mendukung terciptanya kepuasan dan nantinya akan berdampak pada loyalitas yang dimiliki konsumen pada perusahaan (Astuti *et al.*, 2021). Kualitas pelayanan diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk

memberikan informasi terkait produk-produk yang ditawarkan perusahaan kepada setiap konsumen (Pahlawan *et al.*, 2019). Kualitas pelayanan menjadi kesan penting bagi perusahaan untuk menarik minat konsumen untuk mendapatkan konsumen agar menggunakan produknya (Khoerunisa & Vikaliana, 2022). Berbagai strategi diterapkan dalam memberikan pelayanan sehingga konsumen merasa semakin ingin untuk menggunakan produk perusahaan (Lusiah *et al.*, 2019). Konsumen akan merasa sangat senang dengan pelayanan yang berkualitas, dapat memberikan segala informasi yang terkait dengan produk sehingga membuatnya menjadi semakin yakin akan produk tersebut (Zulkarnain *et al.*, 2020). Perusahaan harus selalu menjaga kualitas pelayanan yang diberikan agar konsumen tidak merasa dikecewakan dan akhirnya tidak menggunakan produk yang ditawarkan (Sektianingsih *et al.*, 2019).

Salah satu lembaga keuangan non bank yang ada di wilayah Bali adalah Lembaga Perkreditan Desa (LPD), sebuah Badan Usaha Adat Desa (BUMDA). Tujuan utama didirikannya Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Provinsi Bali adalah untuk memajukan pengabdian kepada masyarakat khususnya di bidang ekonomi untuk menunjang kehidupan masyarakat pedesaan. Menurunnya pembayaran kredit nasabah yang tergolong lancar diakibatkan karena penghasilan masyarakat yang berkurang drastis akibat dari wabah pandemi Covid-19 sedangkan beban ekonomi masyarakat yang terus meningkat, hal ini yang menyebabkan masyarakat tidak lancar dalam membayar pinjamannya. Permasalahan ini justru tidak ditindak tegas oleh LPD, dimana LPD membiarkan begitu saja nasabah kredit tidak membayar pinjamannya setiap bulan, mereka tidak mengingatkan ataupun membantu meringankan beban masyarakat dengan mengurangi bunga kredit untuk di masa pandemi saja, karena hal ini masyarakat menjadi terbebani dengan bunga kredit yang menumpuk karena tidak dibayar ditambah lagi terdapat denda jika tidak membayar tepat pada waktunya. Selain permasalahan ini akan berdampak pada nasabah, hal ini juga akan berdampak pada LPD sendiri, dimana pendapatan dari LPD pastinya akan menurun jika nasabah tidak membayar kreditnya terus menerus. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan dari LPD Desa Adat Sangketan kurang optimal.

Selain itu jika dilihat dari indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, diketahui LPD Desa Adat Sangketan belum mempunyai gedung sendiri, peralatan sarana dan prasarana perkantoran belum lengkap, dan lingkungan sekitar LPD terlihat kurang bersih. Selain itu pengurus dan pegawai yang dimiliki LPD Desa Adat Sangketan tergolong sedikit yaitu hanya memiliki 1 orang pegawai dan 3 orang pengurus LPD, yang terdiri dari 1 orang ketua, 1 orang sekretaris, 1 orang bendahara, dan 1 orang petugas keliling atau kolektor.

Dikarenakan jumlah pegawai dan pengurus yang dimiliki oleh LPD sedikit yang menyebabkan kurang maksimalnya pelayanan dari LPD, seperti halnya petugas keliling yang hanya 1 orang yang menyebabkan tidak meratanya rumah nasabah dapat dikunjungi dan mengharuskan nasabah datang ke LPD langsung untuk melakukan transaksi baik itu membayar kredit ataupun menabung. Hal ini membuat beberapa nasabah merasa kesulitan, seperti halnya nasabah yang tidak memiliki waktu untuk datang langsung ke LPD untuk melakukan transaksi.

Loyalitas akan sangat penting bagi perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan dan juga keberlangsungan usaha (Widyarini & Sanjaya, 2021). Loyalitas yang terbentuk akan membuat konsumen agar tidak mudah dalam memalingkan pilihannya kepada produk-produk pesaing (Risal, 2019). Sehingga menjadi penting untuk membangun loyalitas sehingga produktivitas usaha dapat terus terjaga (Yudiadari & Agustina, 2021). Berdasarkan uraian permasalahan diatas disimpulkan bahwa adanya permasalahan pada kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang nantinya akan berpengaruh terhadap loyalitas dari nasabah LPD. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan peranan dari kepuasan dalam memediasi pengaruh antar kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di LPD Desa Adat Sangketan Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan.

Kualitas pelayanan sangat mendukung terciptanya loyalitas dibenak konsumen sehingga memberikan pelayanan yang berkualitas menjadi penting untuk dilakukan (Zikir *et al.*, 2019). Pelayanan yang diberikan akan memberikan dampak besar bagi keputusan konsumen untuk menjadi loyal dan menggunakan kembali produk perusahaan di masa depan (Sugiharto & Wijaya, 2020). Thungasal & Siagian (2019), Masadah *et al.*, (2020), serta Saputri *et al.*, (2019) menemukan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada loyalitas. Hipotesis yang diujikan yaitu:

H₁ : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Sangketan Kecamatan Penebel Tabanan.

Kualitas pelayanan yang diterima konsumen oleh perusahaan akan sangat mempengaruhi kepuasannya dalam menggunakan produk (Widyarini & Sanjaya, 2021). Agar dapat membangun kepuasan dalam diri konsumen perusahaan perlu memastikan pelayanan yang diberikan kepadanya mampu memenuhi kebutuhan yang dimiliki konsumen (Lusiah *et al.*, 2019). Subali & Suartina (2021), Agiesta *et al.*, (2021), serta Astuti *et al.*, (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada kepuasan. Hipotesis yang diujikan yaitu:

H₂ : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah LPD Desa Adat Sangketan Kecamatan Penebel Tabanan.

Kepuasan konsumen setelah menggunakan produk perusahaan akan berpengaruh besar pada loyalitas yang dimiliki untuk menggunakan produk tersebut kembali (*Pratiwi et al.*, 2020). Kepuasan ini akan mendukung konsumen menjadi lebih loyal karena kebutuhannya telah terpenuhi oleh produk yang disediakan perusahaan (Dewi & Swara, 2022). Thungasal & Siagian (2019), Aziz & Putra (2019), serta Putra *et al.*, (2021) menemukan bahwa kepuasan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada loyalitas. Hipotesis yang diujikan yaitu:

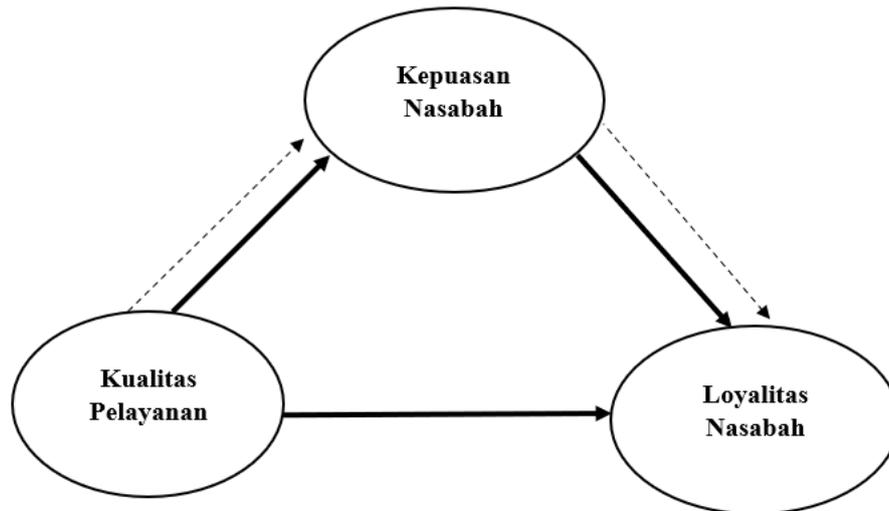
H₃ : Diduga kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Sangketan Kecamatan Penebel Tabanan.

Memabngun loyalitas akan mmenguntungkan perusahaan dalam meningkatkan daya saingnya dengan para pesaing (Sugiharto & Wijaya, 2020). Memberikan pelayanan-pelayanan yang berkualitas dan memuaskan konsumen akan sangat membantu dalam meningkatkan tingkat loyalitas yang dimiliki konsumen (Choiriah & Liana, 2019). Khoerunisa & Vikaliana (2022), Sektiyaningsih *et al.*, (2019), serta Zulkarnain *et al.*, (2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada loyalitas melalui mediasi kepuasan. Hipotesis yang diujikan yaitu:

H₄ : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui mediasi kepuasan nasabah LPD Desa Adat Sangketan Kecamatan Penebel Tabanan.

Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini akan digunakan untuk mengetahui pengaruh secara langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas maupun secara tidak langsung melalui mediasi kepuasan. LPD Desa Adat Sangketan Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan merupakan tempat dilakukannya penelitian karena telah ditemukan adanya permasalahan tentang transaksi keuangan baik kredit, tabungan, maupun deposito yang berkaitan tentang kualitas pelayanan yang diterima nasabah, kepuasan, dan juga loyalitasnya. Keseluruhan populasi yang ada adalah sebesar 548 orang nasabah dengan jumlah sampel yang akan merepresentasikannya sebanyak 85 orang dan dipilih dengan metode *proportional sampling*. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data analisis adalah wawancara dan penyebaran kuesioner yang akan diisi sebenar-benarnya oleh responden. Data yang telah diperoleh akan dianalisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dan juga uji sobel.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Khoerunisa & Vikaliana (2022) serta Zulkarnain *et al.*, (2020)

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pengisian kuesioner oleh masing-masing responden memberikan informasi yang berisikan karakteristik dari setiap responden dan diperoleh informasi yang menyatakan bahwa responden laki-laki lebih banyak daripada responden perempuan yang disebabkan karena di Desa Adat Sangketan lebih dominan laki-laki yang bekerja sehingga menyebabkan lebih banyak laki-laki yang memiliki kesempatan untuk memanfaatkan saja LPD Desa Adat Sangketan. Namun demikian, tercatat sebanyak 30 orang berjenis kelamin perempuan yang menunjukkan selain laki-laki maka perempuan di Desa Adat Sengketan juga tidak sedikit yang bekerja dan memiliki penghasilan. Dominannya responden berusia 21 – 30 tahun dapat disebabkan karena pada rentang usia tersebut umumnya baru mulai bekerja dengan pendapatan yang belum banyak sehingga tidak jarang memilih sumber dana untuk berbagai kebutuhan dengan mencari kredit di LPD Desa Adat Sangketan. Minimnya responden berusia 18 – 20 tahun disebabkan karena pada rentang usia tersebut masyarakat umumnya belum bekerja sehingga belum memiliki sumber pendapatan untuk menggunakan jasa keuangan dari LPD Desa Adat Sangketan.

Dominannya responden yang bekerja sebagai karyawan swasta disebabkan karena mayoritas masyarakat LPD Desa Adat Sengketan bekerja pada perusahaan swasta seperti di sektor pariwisata, sedangkan minimnya responden yang bekerja sebagai PNS/TNI/Polri disebabkan karena di Desa Adat Sangketan memang sangat jarang ada masyarakat yang bekerja sebagai PNS/TNI/Polri. Dominannya masyarakat yang berpendidikan SMA/ sederajat disebabkan karena masyarakat di Desa Adat Sangketan pada dasarnya mayoritas berpendidikan SMA/ sederajat sehingga dapat dikatakan kesadaran masyarakat

untuk melanjutkan ke jenjang sarjana masih rendah. hal ini tentu sejalan dengan minimnya responden yang berpendidikan S2/S3.

Hasil uji terhadap instrumen penelitian dimuat dalam Tabel 1, yang memberikan informasi bahwa keseluruhan item pernyataan terbukti valid dengan nilai koefisien korelasi yang berada di atas 0,30 dan juga telah terbukti reliabel dengan nilai *chronbach's alpha* di atas 0,60.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

No.	Variabel Penelitian	Item Pernyataan	Validitas		Reliabilitas	
			Koefisien Korelasi	Keterangan	<i>Chronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Loyalitas Nasabah (Y)	1 – 8				
2	Kualitas Pelayanan (X)	1 – 10	> 0,30	Valid	> 0,60	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah (Z)	1 – 6				

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil analisis deskriptif yang dilakukan dimuat pada Tabel 2 berikut ini, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Rata – rata skor variabel loyalitas nasabah sebesar 3,57 yang berada pada kisaran 3,41 – 4,20 yang berarti dalam kategori baik. Jawaban dengan rata – rata tertinggi terdapat dalam pernyataan nomor 7 yang menyatakan saya yakin LPD Desa Adat Sangketan adalah yang terbaik sebagai tempat untuk menyimpan ataupun meminjam uang. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah yakin dengan LPD Desa Adat Sangketan karena untuk menyimpan ataupun untuk meminjam uang nasabah merasa aman dan nyaman. Sedangkan rata – rata jawaban terendah terdapat dalam pernyataan nomor 6 yang menyatakan saya tidak tertarik menggunakan produk keuangan lain selain di LPD Desa Adat Sangketan. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah masih tertarik dengan produk keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan lainnya dikarenakan lembaga keuangan tersebut menawarkan produk keuangan yang lebih baik dan menarik minat nasabah untuk mencoba menggunakannya.

Rata – rata skor variabel kualitas pelayanan sebesar 3,65 yang berada dikisaran 3,41 – 4,20 yang berarti dalam kategori baik. Jawaban dengan rata – rata tertinggi terdapat dalam pernyataan nomor 5 yang menyatakan LPD Desa Adat Sangketan membuat nasabah merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa nasabah mempercayai bahwa pelayanan yang diberikan oleh LPD Desa Adat Sangketan dapat menjamin keamanan dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi. Sedangkan untuk rata – rata jawaban terendah terdapat dalam pernyataan nomor 9 yang menyatakan LPD Desa Adat Sangketan memiliki ruang tunggu yang nyaman. Hal ini mengindikasikan bahwa LPD Desa

Adat Sangketan belum memiliki ruang tunggu yang nyaman, sehingga nasabah yang berkunjung ke LPD Desa Adat Sangketan merasa kurang nyaman saat berada di ruang tunggu yang dimiliki oleh LPD Desa Adat Sangketan.

Rata – rata skor variabel kepuasan nasabah sebesar 3,71 yang berada pada kisaran 3,41 – 4,20 yang berarti dalam kategori baik. Jawaban dengan rata – rata tertinggi terdapat dalam pernyataan nomor 6 yang menyatakan saya bersedia membagikan informasi tentang oroduk dan jasa yang ada di LPD Desa Adat Sangketan kepada orang lain. Hal tersebut mengindikasikan bahwa nasabah merasa puas dengan produk dan jasa yang mereka dapat dari LPD Desa Adat Sangketan sehingga mereka bersedia memberikan informasi yang positif tentang produk dan jasa yang ada di LPD Desa Adat Sangketan kepada orang lain. Sedangkan untuk rata – rata jawaban terendah terdapat dalam pernyataan nomor 3 yang menyatakan saya akan mengunjungi kembali LPD Desa Adat Sangketan dalam waktu dekat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa nasabah tidak ingin mengunjungi LPD dalam kurin waktu yang cepat, dalam artian nasabah hanya ingin mengunjungi LPD jarang – jarang saja.

Tabel 2 Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Pernyataan		Rata-Rata Total	Kategori Penilaian
	Skor Tertinggi	Skor Terendah		
Loyalitas Pelanggan (Y)	Saya yakin LPD Desa Adat Sangketan adalah yang terbaik sebagai tempat untuk menyimpan ataupun meminjam uang (3,87)	Saya tidak tertarik menggunakan produk keuangan lain selain di LPD Desa Adat Sangketan (3,26)	3,57	Baik
Kualitas Pelayanan (X)	LPD Desa Adat Sangketan membuat nasabah merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi (4,02)	LPD Desa Adat Sangketan memiliki ruang tunggu yang nyaman (3,16)	3,65	Baik
Kepuasan (Z)	Saya bersedia membagikan informasi tentang oroduk dan jasa yang ada di LPD Desa Adat Sangketan kepada orang lain (3,84)	saya akan mengunjungi kembali LPD Desa Adat Sangketan dalam waktu dekat (3,58)	3,71	Baik

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel 3 memuat hasil uji untuk model substruktur 1 yang dapat dihitung dengan perhitungan berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Model Substruktur 1

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.507	2.081		5.049	.000
Kualitas pelayanan	.322	.055	.539	5.826	.000

Sumber: Data diolah (2022)

$$\text{Pengaruh error (Pei)} = \sqrt{1-R^2}$$

$$Pe_i = \sqrt{1-0,675} = 0,57$$

$$Z = \beta_1 X + e_1$$

$$Z = 0,832 X + 0,57$$

Hasil tersebut mengandung informasi bahwa besarnya pengaruh langsung dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan yaitu sebesar 0,832 dimana sig. Sebesar 0,000 dan penengaruh error 0,570. Hal ini memberikan bukti bahwa jika terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan mampu meningkatkan kepuasannya dengan signifikan.

Tabel 4 memuat hasil uji untuk model substruktur 2 yang dapat dihitung dengan perhitungan berikut :

Tabel 4 Hasil Uji Model Substruktur 2

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.549	2.416		3.538	.001
1 Kualitas Pelayanan	.418	.067	.057	6.279	.000
Kepuasan Nasabah	.832	.111	.683	7.466	.000

Sumber: Data diolah (2022)

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

$$Pe_i = \sqrt{1-0,692} = 0,55$$

$$Y = \beta_1 X + \beta_2 Z + e_2$$

$$Y = 0,418 X + 0,832 M + 0,55$$

Hasil tersebut mengandung informasi bahwa besarnya pengaruh langsung dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas yaitu sebesar 0,418 dimana sig. sebesar 0,000 dan besarnya pengaruh langsung dari kepuasan terhadap loyalitas yaitu sebesar 0,832 dimana sig. sebesar 0,000 serta pengaruh error 0,550. Hal ini memberikan bukti bahwa jika terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan mampu meningkatkan loyalitasnya dengan signifikan serta memberikan bukti bahwa jika terjadi peningkatan pada kepuasan yang dimiliki oleh konsumen akan mampu meningkatkan loyalitasnya dengan signifikan.

Tabel 5 memuat informasi tentang besarnya pengaruh langsung antar variabel, pengaruh secara tidak langsung, serta pengaruh total antar variabel yang dapat dijabarkan seperti berikut:

Tabel 5 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, Serta Pengaruh Total Antar Variabel Penelitian

Variabel		Pengaruh langsung	Pengaruh melalui kepuasan nasabah	Pengaruh total
Kualitas pelayanan	Loyalitas nasabah	0,418	0,268	0,686
Kualitas pelayanan	Kepuasan nasabah	0,322	-	0,322
Kepuasan nasabah	Loyalitas nasabah	0,832	-	0,832

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil tersebut mengandung informasi bahwa besarnya pengaruh secara langsung yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap kepuasan yaitu sebesar 0,832, bahwa besarnya pengaruh secara langsung yang diberikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas yaitu sebesar 0,418 dimana, besarnya pengaruh secara langsung yang diberikan oleh kepuasan terhadap loyalitas yaitu sebesar 0,832, pengaruh yang diberikan secara tidak langsung oleh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan bantuan kepuasan sebagai mediasi adalah sebesar 0,268 sehingga pengaruh total yang diberikan dari setiap variabelnya menjadi sebesar 0,686.

Pengujian terhadap validasi model penelitian dilakukan dengan melakukan perhitungan dengan melibatkan koefisien determinasi yang dapat dihitung sebagai berikut:

$$R^2_m = 1 - (Pe_1) (Pe_2)$$

$$R^2_m = 1 - (1-0,692) (1-0,675)$$

$$R^2_m = 1 - 0,10$$

$$R^2_m = 0,90$$

Hasil tersebut memiliki arti bahwa 90 persen dari informasi yang terkandung di dalam model penelitian ini dapat dijelaskan oleh model, sedangkan untuk 10 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang ada di luar model dari penelitian ini seperti citra perusahaan, lokasi, dan juga pendapatan nasabah.

Peranan kepuasan dalam memediasi pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap loyalitas akan dihitung menggunakan uji Sobel dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Z_{hitung} &= \frac{ab}{Sab} \\ &= \frac{0,26738}{0,058} \\ &= 4,61 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut memberikan informasi bahwa nilai Z_{hitung} (4,61) yang bernilai lebih besar daripada Z_{tabel} (1,96) menunjukkan adanya peranan kepuasan dalam melakukan mediasi antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas.

Hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan akan di bahas lebih rinci seperti berikut ini:

Hasil regresi yang dilakukan menunjukkan besarnya nilai koefisien jalur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,418 (positif) dengan t hitung (6,279) > t tabel (1,989) serta signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada loyalitas nasabah LPD Desa Adat Sangketan. Hasil ini memberikan makna apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan terjadinya peningkatan loyalitas nasabah secara signifikan. Kemampuan LPD Desa Adat Sangketan untuk memberikan pelayanan yang mampu memenuhi harapan nasabah atau bahkan melebihi harapan nasabah akan sangat membantu dalam membangun loyalitas nasabah. Sebagai penyedia jasa pihak LPD Desa Adat Sangketan harus selalu menunjukkan pelayanan yang mampu melebihi harapan setiap nasabahnya sehingga akan menjadi loyal. Thungasal & Siagian (2019), Masadah *et al.*, (2020), serta Saputri *et al.*, (2019) menemukan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada loyalitas.

Hasil regresi yang dilakukan menunjukkan besarnya nilai koefisien jalur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,322 (positif) dengan t hitung (5,826) > t tabel (1,989) serta signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada kepuasan nasabah LPD Desa Adat Sangketan. Hasil ini memberikan makna apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan terjadinya peningkatan kepuasan nasabah secara signifikan. Nasabah yang menerima pelayanan dari LPD Desa Adat Sangketan akan melakukan perbandingan dengan kenyataan yang diterima sehingga dapat menunjukkan rasa puas maupun tidak puas pada pelayanan tersebut. Pelayanan yang dilakukan oleh pihak LPD Desa Sangketan akan sangat mempengaruhi kepuasan yang dimiliki oleh setiap nasabahnya, sehingga hal ini harus selalu menjadi perhatian penting bagi pihak LPD untuk terus dapat ditingkatkan. Subali & Suartina (2021), Agiesta *et al.*, (2021), serta Astuti *et al.*, (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada kepuasan.

Hasil regresi yang dilakukan menunjukkan besarnya koefisien jalur pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,832 (positif) dengan t hitung (7,466)

> t tabel (1,989) serta signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa kepuasan nasabah memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada loyalitas nasabah LPD Desa Adat Sangketan. Hasil ini memberikan makna apabila kepuasan nasabah mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan terjadinya peningkatan loyalitas nasabah secara signifikan. Nasabah yang merasa puas memiliki peluang lebih besar untuk menjadi loyal terhadap LPD Desa Adat Sangketan. Loyalitas dari setiap nasabah LPD Desa Adat Sangketan menjadi factor penting yang menentukan keberlangsungan LPD untuk terus memberikan jasa keuangannya pada seluruh nasabah, sehingga menjadi sebuah keharusan untuk LPD agar terus meningkatkan kepuasan nasabah agar loyalitas nasabah menjadi semakin kuat. Thungasal & Siagian (2019), Aziz & Putra (2019), serta Putra *et al.*, (2021) menemukan bahwa kepuasan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada loyalitas.

Hasil uji mediasi dengan menggunakan uji sobel menunjukkan nilai Z hitung (4,61) > Z tabel (1,96) sehingga dengan demikian dapat dikemukakan bahwa kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Sangketan. Hasil ini berarti loyalitas nasabah akan meningkat secara signifikan ketika nasabah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh LPD Desa Adat Sangketan. Jenis mediasi yang terjadi dalam penelitian ini adalah mediasi parsial karena pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan. Manfaat kepuasan nasabah dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan juga dapat dilihat pada Tabel 5 di mana pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,418 dan dengan dimediasi oleh kepuasan nasabah maka diketahui pengaruhnya meningkat menjadi 0,686. Loyalitas memegang peranan yang sangat penting bagi LPD Desa Adat Sangketan karena akan memiliki nasabah yang setiap untuk menggunakan jasa keuangannya, sehingga menjadi penting untuk memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan dan memastikan kepuasan untuk setiap nasabah. Khoerunisa & Vikaliana (2022), Sektiyaningsih *et al.*, (2019), serta Zulkarnain *et al.*, (2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan pada loyalitas melalui mediasi kepuasan.

Simpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil analisis yang telah dilakukan yaitu (1) kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh secara positif serta signifikan terhadap loyalitas, (2) kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan, (3) kepuasan mampu memberikan pengaruh secara positif serta

signifikan terhadap loyalitas, serta (4) kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh secara positif serta signifikan terhadap loyalitas dengan mediasi kepuasan. Saran yang diajukan dari hasil analisis meliputi (1) menyediakan fasilitas yang memadai untuk nasabah seperti kursi dan juga toilet, dan (2) melakukan jemput bola ke rumah-rumah nasabah sehingga nasabah tidak selalu perlu datang ke kantor LPD Desa Adat Sangketan.

Daftar Pustaka

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya." *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Astuti, N. K. A. W., Susanti, P. H., & Puja, I. M. S. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Anggota Ksp Karya Pemulung Denpasar." *Widya Amrita : Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(3), 786–797.
- Aziz, N., & Putra, Y. E. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang." 71–86.
- Choiriah, E. N., & Liana, L. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda Di Kota Semarang)." *Madic : Proceeding Seminar Nasional Dan Call For Papers*, 236–244.
- Dewi, N. M. H., & Swara, N. N. A. A. V. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Widya Amrita : Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(2), 412–425.
- Fortuna, I., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Lumajang (Studi Kasus Pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang)." *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(2), 290–293.
- Haninda, R. N. (2020). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Tenant Di Mall Ciputra World Surabaya." *Yos Soedarso Economics Journal*, 2(1), 1–9.
- Khoerunisa, F., & Vikaliana, R. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengguna Tokopedia Melalui Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ikraith-Humaniora*, 6(1), 1–10.
- 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.
- Lusiah, Noviantoro, D., & Akbar, A. (2019). "Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online." *Jurnal Ekonomi, Xxiv*(2), 213–226.
- Mahayasa, I. G. A., & Martayanti, N. M. P. (2020). Analysis Of The Influence Of Member's Commitment And Satisfaction On Loyalty Of Cooperative Members. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 48-55.
- Masadah, Asngadi, & Singgih, C. T. (2020). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 3(2), 197–208.
- Pahlawan, M. R., Laba, A. R., Pakki, E., Nurlia, & Hardiyono. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas

- Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Makassar.” *Journal Of Applied Business Administration*, 3(2), 228–244.
- Pratiwi, K. A., Suartina, I. W., Kusyana, D. N. B., & Dewi, I. A. M. S. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pada Ratu Hotel (Ex. Queen Hotel) Denpasar Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening.” *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 17–30.
- Purnamasari, N. K. G., Kawiana, I. G. P., & Mashyuni, I. A. (2023). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Koperasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Anggota Koperasi Sebagai Variabel Mediasi.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(3), 481–488.
- Putra, I. K. A. M., Wimba, I. G. A., & Susanti, P. H. (2021). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Cv. Jaya Utama Teknik Di Kabupaten Badung.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1279–1291.
- Risal, T. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 1–8.
- Saputri, A. N. J., Apriani, V., & Sudrajat, A. (2019). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (J&T Express).” *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(01), 95–103.
- Sektiyaningsih, I. S., Haryana, A., & Rosalina, S. S. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra, Dan Loyalitas Pasien (Studi Pada Unit Rawat Jalan Rsud Mampang Prapatan Jakarta Selatan).” *Journal Of Business Studies*, 04(1), 17–29.
- Subali, I. N., & Suartina, I. W. (2021). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Grab Di Denpasar (Studi Pada Pelayanan Grab Di Kota Denpasar).” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 491–500.
- Sugiharto, S., & Wijaya, R. A. (2020). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto – Surabaya.” *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–11.
- Thungasal, C. E., & Siagian, H. (2019). “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari.” *Agora*, 7(1), 1–7.
- Widyarini, N. M. M., & Sanjaya, P. K. A. (2021). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Lembaga Perkreditan Desa (Lpd) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 471–478.
- Yudiadari, N. K. P., & Agustina, M. D. P. (2021). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Unit Simpan – Pinjam Bumdes Dana Merta Desa Tangkup Kabupaten Karangasem.” *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 216–232.
- Zikir, C. L. N., Riza, A., & Arifin, M. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pt. Bank Bni Syariah Banda Aceh.” *Jihbiz: Global Journal Of Islamic Banking And Finance.*, 1(2), 94–114.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu’amalah Cilegon).” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 87–110.