

The Effect Of Banking Service Quality On Loyalty Moderated By Customer Satisfaction Of Bank Mandiri Branch Ahmad Yani Balikpapan

Pengaruh *Banking Service Quality* Terhadap Loyalitas Dimoderasi Oleh Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan

Syahril Hasan^{1*}, Nurul Hasanah²

Universitas Balikpapan¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan²

syahrilhasan@uniba-bpn.ac.id^{1*}, nurulh@gmail.com²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the variable banking service quality on loyalty moderated by customer satisfaction. This research was conducted at Bank Mandiri Ahmad Yani Branch Balikpapan with a population of 1,320 customers, and a sample of 100 respondents. The method used in this research is Moderated Regression Analysis (MRA) and simple linear regression analysis. The research data was collected using a questionnaire which was then processed with the help of SPSS ver 26. The results of this study stated that Banking Service Quality had a positive and significant effect on Loyalty, Banking Service Quality had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction had a positive and significant effect on Loyalty, Customer Satisfaction strengthens the relationship between Banking Service Quality and Loyalty to customers of Bank Mandiri Branch Ahmad Yani Balikpapan.

Keywords: *Banking Service Quality, Loyalty, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *banking service quality* terhadap loyalitas dimoderasi oleh kepuasan nasabah. Penelitian ini dilakukan di Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan dengan jumlah populasi 1.320 nasabah, dan jumlah sampel 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA) dan analisis regresi linier sederhana. Data penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang kemudian diolah dengan bantuan SPSS ver 26. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Banking Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas, *Banking Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas, Kepuasan Nasabah memperkuat hubungan *Banking Service Quality* terhadap Loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan.

Kata Kunci : *Banking Service Quality, Loyalitas, Kepuasan Nasabah*

1. Pendahuluan

Di era globalisasi yang semakin modern, perkembangan dunia industri saat ini semakin pesat di Indonesia. Terutama yang bergerak dibidang industri jasa, oleh karena itu perbankan diharuskan siap untuk dapat menghadapi persaingan yang ketat untuk mendapatkan pangsa pasar. Faktor kesuksesan sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan konsumen, karena ketika diberikan servis yang baik, kepuasan bisa didapat, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank (Pontoh et al. 2014). Di Indonesia terdapat berbagai macam bank yang dikelompokkan berdasarkan fungsi dan operasionalnya. Terdapat tiga bank berdasarkan fungsinya yaitu Bank Sentral, Bank Umum, dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang berpengaruh besar pada perekonomian dalam masyarakat di suatu negara. Bank sebagai lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi berbagai pihak, baik perusahaan swasta maupun perorangan dan badan-badan pemerintah untuk menyimpan dananya. Melalui kegiatan perkreditan dan berbagai jasa

yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme pembayaran bagi semua sektor perekonomian sehingga seiring dengan berjalannya waktu, bank telah menjadi sebuah kebutuhan hidup bagi masyarakat di suatu negara.

Di dalam masyarakat telah dikenal dua macam bentuk perbankan yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional berlandaskan sistem operasional umum yang berbasis keuntungan pada nilai suku bunga dan bank syariah berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah yang tertuang dalam Islam (*al-Qur'an*, *al-Hâdits*, dan *ijtihad* para ulama).

Salah satu bank konvensional yang dipercaya oleh masyarakat Indonesia adalah Bank Mandiri. Bank Mandiri adalah bank yang berkantor pusat di Jakarta, dan merupakan bank terbesar dan terbaik di Indonesia dalam hal aset, pinjaman, dan deposit. Bank ini berdiri pada tanggal 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia dilebur menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

Bisnis perbankan merupakan salah satu bisnis dibidang jasa yang didasari dengan azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan suatu bisnis perbankan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan. Bank juga memegang peranan penting bagi perekonomian dunia. Bank menjadi salah satu produk jasa yang banyak digunakan banyak orang dengan tujuan utamanya adalah menghimpun dan menyalurkan dana.

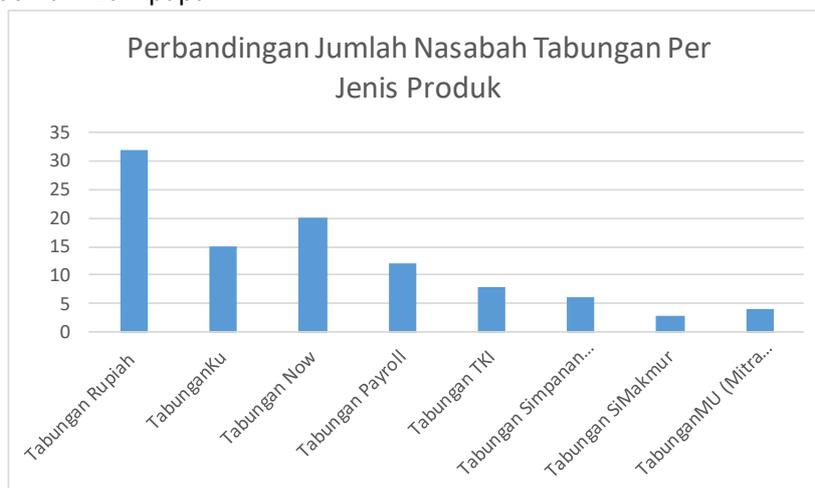
Fandy Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

Tantangan besar yang dihadapi oleh perbankan syariah maupun konvensional dewasa ini berupa loyalitas para nasabah yaitu dalam melakukan pembelian produk berulang secara teratur. Persaingan kualitas produk dan pelayanan menuntut para pemasar untuk dapat menyediakan beberapa produk yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan. Bank Mandiri cabang Ahmad Yani merupakan salah satu kantor cabang Bank Mandiri perbankan konvensional yang ada di Kota Balikpapan. Berdasarkan data yang diperoleh, Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani diketahui mengalami penurunan pertumbuhan nasabah menabung selama 5 tahun terakhir yaitu dari tahun 2017-2021 sebagaimana ditunjukkan:



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Nasabah Menabung 2017-2021

Berdasarkan data pada Grafik di atas terlihat dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, jumlah nasabah tabungan Rupiah Mandiri yang melakukan transaksi menabung cenderung mengalami penurunan. Dari sebanyak 986 nasabah menabung di tahun 2017, tercatat hanya ada 887 nasabah yang menabung di tahun 2021. Hal ini menunjukkan masih rendahnya loyalitas nasabah tabungan Rupiah Mandiri Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan sehingga tidak melakukan transaksi menabung secara rutin dan berulang-ulang. Padahal, sebagai produk tabungan primer jumlah nasabah tabungan Rupiah Mandiri dibandingkan 7 jenis produk tabungan lainnya mendominasi 32% total keseluruhan nasabah tabungan di Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan.



Gambar 2. Grafik Perbandingan Jumlah Nasabah Tabungan Per Jenis Produk

Tinggi rendahnya loyalitas nasabah tabungan tentunya dipengaruhi banyak faktor. Faktor yang berkemungkinan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah diantaranya kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, menarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan Rupiah Mandiri di Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan.

Apabila loyalitas dapat menuntun perusahaan dalam mendapatkan profit. Ide dari loyalitas adalah dalam hal akuisisi pelanggan/nasabah. Dengan nasabah yang loyal, maka mereka akan membeli kembali (*repeat purchase*), membeli produk lebih banyak (*new usage*) dan menyarankan produk kepada teman dan kerabatnya. Sedangkan jika loyalitas menurun maka profit yang didapatkan akan menurun sehingga perusahaan akan mengalami kerugian dan penurunan jumlah nasabah. Hal ini tentu saja akan timbul secara lebih besar dan berkala. Adanya fenomena masalah ini terdapat perbedaan hasil dari penelitian terdahulu yang menunjukkan kesenjangan, yaitu sebagai berikut:

1. Pada penelitian yang dilakukan oleh Cut Lisa Nun Zikir, Akmal Riza, Muhammad Arifin (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Steve Engelhart Adolf Mokoagouw, James Massie, Rudy Wenas (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Pada penelitian yang dilakukan oleh Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdanyah (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Jarot Santosa, Denny Mahendra, Aris Tri Haryanto (2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Pada penelitian yang dilakukan oleh Inna Margiati, Eny Setyariningsih, Rika Dwi Harsasi (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memoderasi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan dalam penelitian

yang dilakukan oleh Nadia Mauliditta Septiana, Dwi Wahyu Artiningsih Dan Hairudinor (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanann secara tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, maka artinya kepuasan pelanggan tidak memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotetsis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel X (*Banking Service Quality*) terhadap variabel Y (Loyalitas) dengan Variabel Z (Kepuasan Konsumen) sebagai variabel moderasi. Sedangkan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel menggunakan teknik analisis regresi sederhana dan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Alasannya dipilihnya jenis penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *Banking Service Quality* (BSQ) terhadap loyalitas serta untuk mengetahui apakahkepuasan konsumen dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh *Banking Service Quality* (BSQ) terhadap loyalitas. Penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X) yaitu *Banking Service Quality* (BSQ), dan variabel terikat (Y) yaitu loyalitas, serta variabel moderasi (Z) yaitu kepuasan konsumen.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

1. Model Regresi Pengaruh *Banking Service Quality* (X) terhadap Loyalitas (Y) Sebelum Dimoderasi Variabel Kepuasan Nasabah (Z)

Tabel 1. Model Summary *Banking Service Quality* Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,827 ^a	,683	,680	1,672

a. Predictors: (Constant), *Banking Service Quality*

Sumber : Data hasil output SPSS 26 tahun 2022

Angka *R square* pada table di atas merupakan koefisien determinasi yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel *independent Banking Service Quality* (X) terhadap naik turunnya variabel *dependen* Loyalitas (Y) dalam hal ini sebelum dimoderasi variabel Kepuasan Nasabah (Z). Angka *R square* yang dihasilkan sebesar 0,683 yang menunjukkan bahwa hanya 68,3% variabel *Banking Service Quality* (X) dapat menjelaskan variabel Loyalitas (Y), sisanya sebesar 31,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disertakan pada penelitian ini.

Tabel 2. Coefficients *Banking Service Quality*

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1,219		1,116	,267

Banking Service Quality	,600	,041	,827	14,536	,000
-------------------------	------	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data hasil output SPSS 26 tahun 2022

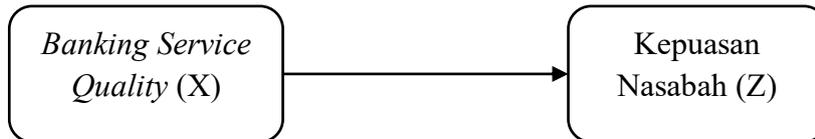
Persamaan regresi yang dihasilkan dapat dilihat dari kolom B tabel diatas adalah :

$$Y = 1,219 + 0,600 X.$$

Pada tabel tersebut memperlihatkan t hitung *Banking Service Quality* (X) sebesar 14,536 dengan nilai sig sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0,05. Sedangkan nilai koefisien regresi variabel *Banking Service Quality* (X) adalah sebesar positif 0.600, hal ini menunjukkan bahwa variabel *Banking Service Quality* (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas (Y).

Hipotesis 2

Banking Service Quality berpengaruh positif (+) dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan.



2. Model Regresi Pengaruh *Banking Service Quality* (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Z)

Tabel 3. Model Summary *Banking Service Quality* terhadap Kepuasan Nasabah Model

Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,800 ^a	,641	,637	2,451

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah

Sumber : Data hasil output SPSS 26 tahun 2022

Angka *R square* pada table di atas merupakan koefisien determinasi yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel *independent Banking Service Quality* (X) terhadap naik turunnya variabel Kepuasan Nasabah (Z) dalam hal ini sebelum dimoderasi variabel Kepuasan Nasabah (Z). Angka *R square* yang dihasilkan sebesar 0,641 yang menunjukkan bahwa hanya 64,1% variabel *Banking Service Quality* (X) dapat menjelaskan variabel Kepuasan Nasabah (Z), sisanya sebesar 35,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disertakan pada penelitian ini.

Tabel 4. Coefficients *Banking Service Quality* terhadap Kepuasan Nasabah Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	6,809	1,482		4,593	,000
	Kepuasan Nasabah	,914	,069	,800	13,215	,000

a. Dependent Variable: Banking Service Quality

Sumber : Data hasil output SPSS 26 tahun 2022

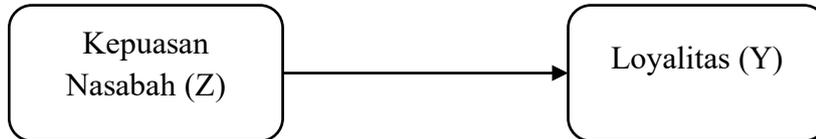
Persamaan regresi yang dihasilkan dapat dilihat dari kolom B tabel 4. Di atas adalah :

$$Y = 6,809 + 0,914 X.$$

Pada tabel tersebut memperlihatkan t hitung *Banking Service Quality* (X) sebesar 13,215 dengan nilai sig sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0,05. Sedangkan nilai koefisien regresi variabel *Banking Service Quality* (X) adalah sebesar positif 0.914, hal ini menunjukkan bahwa variabel *Banking Service Quality* (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Z).

Hipotesis 3

Kepuasan konsumen berpengaruh positif (+) dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas di Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan.



3. Model Regresi Pengaruh Kepuasan Nasabah (Z) terhadap Loyalitas (Y)

Tabel 5. Model Summary Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,844 ^a	,712	,709	1,922

a. Predictors: (Constant), Loyalitas

Sumber : Data hasil output SPSS 26 tahun 2022

Angka *R square* pada tabel di atas merupakan koefisien determinasi yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel Kepuasan Nasabah (Z) terhadap naik turunnya variabel Loyalitas (Y) dalam hal ini sebelum dimoderasi variabel Kepuasan Nasabah (Z). Angka *R square* yang dihasilkan sebesar 0,712 yang menunjukkan bahwa hanya 71,2% variabel Kepuasan Nasabah (Z) dapat menjelaskan variabel Loyalitas (Y), sisanya sebesar 29,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disertakan pada penelitian ini.

Tabel 6. Coefficients Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Coefficients^a

Model		Standardized		T	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Coefficients		
1	(Constant)	3,943		3,514	,001
	Loyalitas	1,018	,844	15,564	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data hasil output SPSS 26 tahun 2022

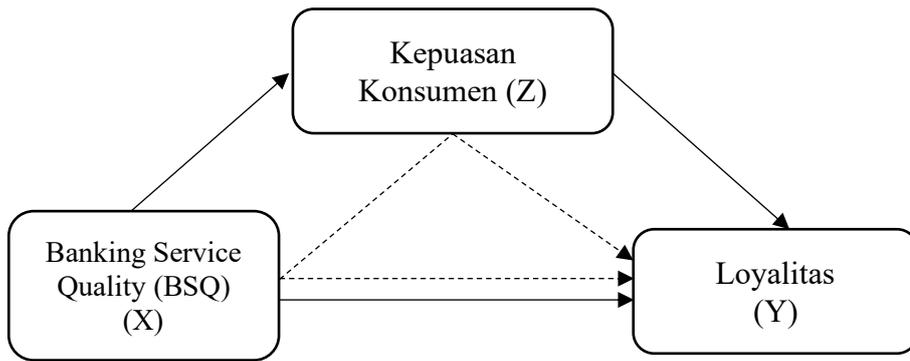
Persamaan regresi yang dihasilkan dapat dilihat dari kolom B tabel di atas adalah :

$$Y = 3,943 + 1,018 X.$$

Pada tabel tersebut memperlihatkan t hitung Kepuasan Nasabah (Z) sebesar 15,564 dengan nilai sig sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0,05. Sedangkan nilai koefisien regresi variabel Kepuasan Nasabah (Z) adalah sebesar positif 1,018, hal ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah (Z) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas (Y).

Hipotesis 4

Kepuasan nasabah memperkuat hubungan antara *Banking Service Quality* (BSQ) terhadap loyalitas di Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan



4. Model Regresi Pengaruh Variabel *Banking Service Quality*(X) Terhadap Loyalitas (Y) Setelah Dimoderasi Variabel Kepuasan Nasabah (Z)

Tabel 7. Model Summary Kepuasan NasabahBanking Service Quality* Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,873 ^a	,762	,757	1,456

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah**Banking Service Quality*, *Banking Service Quality*

Sumber : Data hasil output SPSS 26 tahun 2022

Angka *R square* pada tabel di atas merupakan nilai koefisien determinasi setelah dimoderasi variabel Kepuasan Nasabah (Z). Angka *R square* yang dihasilkan adalah 0,762 dengan demikian terdapat kenaikan nilai R square dibandingkan model regresi sebelum menggunakan variabel moderasi dengan nilai 0,079 (nilai R table adalah 0,683). Adapun nilai *R square* tabel adalah sebesar 0,762 yang dapat diartikan bahwa 76,2% variabel *Banking Service Quality* (X) dapat menjelaskan variabel Loyalitas (Y) yang dimoderasi oleh Kepuasan Nasabah (Z), sisanya 23,8% dijelaskan oleh faktor lain.

Tabel 8. Anova Moderasi ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	658,656	2	329,328	155,424	,000 ^b
	Residual	205,534	97	2,119		
	Total	864,190	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah**Banking Service Quality*, *Banking Service Quality*

Sumber : Data hasil output SPSS 26 tahun 2022

Pada tabel terlihat bahwa output nilai f hitung sebesar 155,424 dengan nilai sig 0.000 yang lebih kecil dari 0,05, hal ini dapat diartikan bahwa variabel moderasi-X (hasil kali variabel X dengan variabel moderasi Z) dan variabel *Banking Service Quality* secara bersama-sama mempengaruhi variabel Loyalitas (Y) secara signifikan.

Tabel 9. Coefficients Moderasi

Model	B	Std. Error	Standardized Coefficients		T	Sig.
			Beta	T		

1	(Constant)	6,522	1,333	4,892	,000
	Banking Service Quality	,085	,098	,117	,387
	Kepuasan Nasabah*Banking Service Quality	,014	,003	,763	5,677 ,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data hasil output SPSS 26 tahun 2022

Dari table di atas persamaan regresi yang dihasilkan setelah pengaruh *Banking Service Quality* (X) terhadap Loyalitas (Y) dimoderasi variabel Kepuasan Nasabah (Z) adalah:

$$Y = 6,522 + 0,085 + 0,014 Z.X$$

Hasil analisis regresi setelah melibatkan variabel moderasi menunjukkan variabel Z.X (perkalian variabel moderasi Z dengan variabel *Banking Service Quality*(X)) menghasilkan t hitung sebesar 5,677 dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel Kepuasan Nasabah (Z) merupakan pemoderasi (memperkuat) pengaruh variabel *Banking Service Quality* (X) dengan variabel Loyalitas (Y).

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan observasi yang telah dilakukan, dapat diungkapkan pembahasan penelitian pengaruh *banking service quality* terhadap loyalitas dimoderasi oleh kepuasan konsumen Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan, sebagai berikut:

1. Pengaruh *Banking Service Quality* Terhadap Loyalitas

Berdasarkan Persepsi *Banking Service Quality* nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan yang diperoleh melalui hasil kuisioner, menunjukkan bahwa *Banking Service Quality* pada kategori baik. Dari rumusan masalah yang telah diungkapkan pada bab sebelumnya, bahwa hasil uji analisis regresi sederhana, uji analisis moderasi dan uji hipotesis dengan melakukan uji-t, uji-f, dan uji determinasi didapatkan hasil nilai signifikansi variabel *Banking Service Quality* sebesar 0,000 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditentukan yaitu sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Banking Service Quality* dengan variabel Loyalitas sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima, karena didukung oleh data penelitian yang menunjukkan bahwa *Banking Service Quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Penelitian ini juga mendapatkan hasil variabel *Banking Service Quality* memiliki t hitung sebesar 14,536 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan t tabel sebesar 1,984 hal ini menunjukkan bahwa *Banking Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan.

Banking service quality atau kualitas pelayanan jasa perbankan adalah metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau bank untuk memenuhi harapan dan kebutuhan sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian Cut Lisa Nun Zikir, Akmal Riza, Muhammad Arifin (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima dengan benar.

2. Pengaruh *Banking Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Persepsi *Banking Service Quality* nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan yang diperoleh melalui hasil kuisioner, menunjukkan bahwa *Banking Service Quality*

pada kategori baik. Dari rumusan masalah yang telah diungkapkan pada bab sebelumnya, bahwa hasil uji analisis regresi sederhana, uji analisis moderasi dan uji hipotesis dengan melakukan uji-t, uji-f, dan uji determinasi didapatkan hasil nilai signifikansi variabel *Banking Service Quality* sebesar 0,000 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditentukan yaitu sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Banking Service Quality* dengan variabel Kepuasan Nasabah sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima, karena didukung oleh data penelitian yang menunjukkan bahwa *Banking Service Quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Penelitian ini juga mendapatkan hasil variabel *Banking Service Quality* memiliki t hitung sebesar 13,215 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan t tabel sebesar 1,984 hal ini menunjukkan bahwa *Banking Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan.

Banking service quality atau kualitas pelayanan jasa perbankan adalah metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau bank untuk memenuhi harapan dan kebutuhan sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdanyah (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif (+) dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima dengan benar.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas

Berdasarkan Persepsi Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan yang diperoleh melalui hasil kuisioner, menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah pada kategori baik. Dari rumusan masalah yang telah diungkapkan pada bab sebelumnya, bahwa hasil uji analisis regresi sederhana, uji analisis moderasi dan uji hipotesis dengan melakukan uji-t, uji-f, dan uji determinasi didapatkan hasil nilai signifikansi variabel Kepuasan Nasabah sebesar 0,000 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditentukan yaitu sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepuasan Nasabah dengan variabel Loyalitas sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima, karena didukung oleh data penelitian yang menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Penelitian ini juga mendapatkan hasil variabel Kepuasan Nasabah memiliki t hitung sebesar 15,564 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan t tabel sebesar 1,984 hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan.

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja atau hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Jarot Santosa, Denny Mahendra, Aris Tri Haryanto (2021) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif (+) dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima dengan benar.

4. Pengaruh *Banking Service Quality* Terhadap Loyalitas Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Persepsi Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan yang diperoleh melalui hasil kuisioner, menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah dengan hubungan *Banking Service Quality* terhadap Loyalitas yang dilakukan oleh nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan. Dari rumusan masalah yang telah diungkapkan pada bab sebelumnya, bahwa hasil uji MRA, ditemukan bahwa Kepuasan Nasabah memperkuat hubungan *Banking Service Quality* terhadap Loyalitas. Penelitian ini juga mendapatkan hasil variabel

Kepuasan Nasabah memiliki t hitung sebesar 5,677 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan t tabel sebesar 1,984 hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah memperkuat hubungan *Banking Service Quality* terhadap Loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Inna Margiati, Eny Setyariningsih, Rika Dwi Harsasi (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memoderasi kualitas pelayanan berpengaruh positif (+) dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

4. Penutup

Bedasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Pengaruh *Banking Service Quality* Terhadap Loyalitas Dimoderasi Oleh Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Banking Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan. Artinya semakin baik *Banking Service Quality* maka Loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan mengalami peningkatan.
2. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Banking Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan. Artinya semakin baik *Banking Service Quality* maka Kepuasan Nasabah pada Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan mengalami peningkatan.
3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan. Artinya jika nasabah memperoleh Kepuasan maka Loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan juga akan semakin meningkat.
4. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kepuasan Nasabah memperkuat hubungan *Banking Service Quality* terhadap Loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan. Artinya *Banking Service Quality* yang diberikan dapat meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Balikpapan.

Daftar Pustaka

- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Amirullah, M., Munandar, E., & Santika, G. (2019). Pengaruh Program Keluarga. *Jurnal Annual Conference On Islamic Economic And Law*, 1, 147–154.
- Anang Firmansyah. 2018. Pengantar Manajemen. Edisi ke-1. Deepublish. Yogyakarta.
- Apriyanti, P., Surya, D., & Lutfi, L. (2017). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2).
- Arikunto, Suharsimi. 2014. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta
- Badriah, S. U., Hidayat, G., & Munggaran, R. (2022). *The Influence of Prices on The Interest of Buying Consumers of Yamaha Motorcycles in PT. Ramarayo Sumdeang Branch*. 4, 36–39.
- Basukiyatno, F. Y. H. A. (2020). Studi Tentang Kualitas Pelayanan Ojek Online (Ojol) Grabbike dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Tegal. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 127.
- Dharma, Robby. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*. Vol. 6, No. 2.

- Egi, A. R., Majid, A., & Ekwantini, R. D. (2018). BAB II fix. In *Doctoral dissertation, poltekkes kemenkes yogyakarta* (Issue 2008, p. 40).
- Fahmi Kamal, Widi Winarso, & Lia Mardiani. (2020). Peningkatan Kepuasan Mahasiswa Melalui Kualitas Pelayanan Akademik (Studi Kasus Pada Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam As-Syafi'iyah Jakarta). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 33–45.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Gulo, S. A. (2021). Pendidikan Terhadap Kinerja Guru di SMP NEGERI 6 MEDAN T. P 2020/2021. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 1(2), 147–152.
- Hasan Syahril. 2018. Determinan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Kalimantan Timur, Samarinda: RV Pustaka Horizon
- Kasmir. 2017. Customer Service Excellent: Teori dan Praktik. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Kotler, & Amstrong. 2014. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian.
- Kotler, Philip, and Amstrong, Manajemen Pemasaran, Jakarta : Indeks, 2017.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kualitas, P., Dan, L., Layanan, P., Nasabah, P., Mandiri, B., & Surabaya, D. I. (2019). *Pengaruh kualitas layanan dan pemulihan layanan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada nasabah bank mandiri di surabaya*. 7(2017), 220–227.
- Kurniawan. (2019). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Rumah Makan Bebek kaleyo Cabang Cempaka Putih)*.
- Mahmud, A., Jusoff, K., & Hadijah, S. (2013). *The Effect of Service Quality and Price on Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry Department of Management , Faculty of Economics , Department of Forest Production , Faculty of Forestry , Universiti Putra Malaysia , Department of Aquaculture , Faculty of Fishery and Marine Science ,. 23(3), 354–359.*
- Margiati, I., Setyariningsih, E., & Harsasi, R. D. (2007). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Jetis Mojokerto)*.
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic*, 5(2), 157–166.
- Muhammad, I. S. (2019). *PENGARUH KECERDASAN SPIRITUAL DAN KEPEMIMPINAN ISLAMI TERHADAP KINERJA KARYAWAN KOPERASI PONDOK PESANTREN DAARUT TAUHIID BANDUNG*. *Ayaa*, 8(5), 55.
- Mutmainah, N. (2014). Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada PT. Balai Citra Lestari. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Nawawi, Hadari, 2011, Manajemen Sumber Daya manusia, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nisa, A. A. (2022). *Pengaruh promosi dan sumber daya manusia terhadap proses keputusan pembelian di situs reclays.id*. 2022.
- Panglipur, B. (2019). *Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Rina Mitra Raharja Cabang Cirendeu*. 28.
- Permana, S. I. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP CITRA MEREK SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DISTRO RELIC SYNDICATE DRAFT SKRIPSI. III(2), 2016.*
- Pertiwi, M. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). (Survei pada Konsumen Baker ' s King Donuts &

- Coffee di MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1), 179–186.
- Sabrina, M. A. (2021). *PENGARUH EMPLOYEE ENGAGEMENT , KOMITMEN ORGANISASI DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP*. 164010351, 2021.
- Sarinah., Mardalena. (2017). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Septiana, N. M., Artiningsih, D. W., & Hairudinor, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Pt Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 24. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10955>
- Shinta, Agustina, (2011) Manajemen Pemasaran (Edisi 1). Malang: UB Press.
- Siswanto. 2012. Pengantar Manajemen: PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- S.P, Hasibuan, Malayu. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Suhastomo, R., & Khasanah, I. (2015). *KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 4(September), 1–10.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2017. Pemasaran Strategik. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI)
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAIE) Proceeding*, 2, 170–178.
- WI-AD'HA, K. Q. (2020). PENGARUH FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI JAKABARING BOWLING CENTER. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9.
- Wijayanti, T. (2017). Marketing Plan dalam bisnis (3rd ed.). Jakarta: PT Alex Media Komputido
- Yoel, D. A., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntans*, 9(4), 136–145.
- Zahara, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31–38.
- Zakiy, M., & Bank, M. (2017). *SYARIAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 3(1).
- 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. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8564>
- Zulkarnain, R., & Ramdansyah, A. D. (2020). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Banten Jaya-Kota Serang*.