

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Kepercayaan nasabah hanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, Namun tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sementara citra perusahaan hanya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya kepuasan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, disisi lain kepuasan nasabah terbukti sebagai variable mediasi antara kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Namun kepercayaan nasabah tidak memediasi hubungan antara kualitas pelayanan, citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

5.2. Implikasi Penelitian

5.2.1. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi manajemen PT Mega Central Finance cabang Padang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah PT Mega Central Finance cabang padang yang mengajukan kredit masuk dalam kategori rendah. Hal ini menjadi tantangan yang signifikan dalam mempertahankan basis pelanggan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya inovasi layanan, ketidakpuasan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, atau meningkatnya persaingan di industri pembiayaan. Tingkat loyalitas yang rendah ini berpotensi memengaruhi stabilitas

pendapatan perusahaan serta menuntut langkah strategis untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan kepuasan nasabah guna mendorong retensi di masa mendatang.

Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah PT Mega Central Finance cabang Padang sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini secara empiris telah membuktikan bahwa variabel kepuasan nasabah merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah PT Mega Central Finance.

Upaya peningkatan kepuasan nasabah sebagaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah seperti:

1. PT Mega Central Finance hendaknya mampu meningkatkan proses penyaluran kredit kepada nasabah.
2. PT Mega Central Finance memberikan fasilitas kredit yang lebih memadai kepada nasabah.
3. PT Mega Central Finance memberikan produk pembiayaan yang lebih variatif kepada nasabah.

Hal lain yang harus diperhatikan oleh manajemen PT Mega Central Finance dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah adalah meningkatkan citra perusahaan. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam rangka memperbaiki loyalitas

nasabah adalah dengan memperhatikan skor rata-rata item yang masih rendah, seperti:

1. PT Mega Central Finance cabang Padang meningkatkan citra perusahaan sebagai market leader dalam pembiayaan kendaraan roda dua.
2. PT Mega Central Finance cabang Padang meningkatkan citra perusahaan sebagai lembaga pembiayaan non bank yang memiliki reputasi baik dan dapat diandalkan oleh nasabah.
3. PT Mega Central Finance cabang Padang meningkatkan citra perusahaan dengan memperluas coverage area pelayanan dan biaya administrasi yang memadai.
4. PT Mega Central Finance cabang Padang meningkatkan citra perusahaan dengan memperluas coverage area pelayanan dan biaya administrasi yang memadai.
5. PT Mega Central Finance cabang Padang meningkatkan citra perusahaan melalui design logo perusahaan yang menarik dan mudah diingat oleh nasabah.
6. PT Mega Central Finance cabang Padang meningkatkan citra perusahaan dengan lokasi kantor yang strategis dan mudah dijangkau oleh transportasi umum.

5.2.2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi teoritis terhadap Theori Planned Behavior (TPB), dalam penelitian ini ditemukan bahwa kepercayaan dan kepuasan nasabah merupakan faktor-faktor penting yang menjelaskan loyalitas nasabah. Secara spesifik kontribusi teoritis yang dimaksud dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kontribusi Teoritis Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Perspektif Theory of Planned Behavior (TPB). Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), kepercayaan nasabah dapat dipahami sebagai komponen yang membentuk sikap (attitude) terhadap perilaku loyal. TPB menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh keyakinan terhadap hasil dari perilaku tersebut. Ketika nasabah memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap layanan atau produk yang diberikan, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap keberlanjutan hubungan dengan penyedia layanan. Kepercayaan yang kuat memunculkan keyakinan bahwa hubungan yang berkelanjutan akan memberikan manfaat yang diharapkan, sehingga memperkuat niat untuk tetap setia. Dengan demikian, kepercayaan menjadi dasar penting dalam membentuk sikap positif yang mendorong loyalitas nasabah.
2. Kontribusi Teoritis Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Perspektif TPB. Kepuasan nasabah juga berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap perilaku loyal dalam kerangka TPB. Pengalaman positif yang menciptakan kepuasan akan mempengaruhi keyakinan nasabah terhadap manfaat dari perilaku berulang, seperti melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan layanan kepada orang lain. Dalam konteks TPB, kepuasan mempengaruhi sikap yang mendorong terbentuknya niat untuk tetap loyal. Ketika nasabah merasa puas, mereka lebih cenderung untuk membentuk sikap positif terhadap perusahaan, yang pada akhirnya memperkuat intensi mereka untuk tetap menggunakan produk atau jasa tersebut dalam jangka panjang.

3. Integrasi Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas dalam Perspektif TPB. Kepercayaan dan kepuasan berkontribusi secara sinergis dalam mempengaruhi niat berperilaku loyal, yang dalam TPB menjadi prediktor utama dari perilaku aktual. Kepercayaan menciptakan keyakinan positif terhadap kualitas layanan, sementara kepuasan memperkuat pengalaman positif dari interaksi yang telah terjadi. Kedua variabel ini tidak hanya mempengaruhi sikap, tetapi juga norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku, yang turut membentuk niat loyalitas. Dengan demikian, dalam perspektif TPB, kepercayaan dan kepuasan berperan signifikan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah, karena keduanya memperkuat niat dan mendorong perilaku loyal yang berkelanjutan.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, citra perusahaan dan kepuasan nasabah , sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi loyalitas nasabah seperti bauran kualitas pelayanan dan bauran promosi masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan nasabah PT Mega Central Finance cabang Padang sebagai daerah penelitian sehingga hasil penelitian ini

mungkin belum dapat berlaku sama pada daerah lainnya di provinsi Sumatera Barat. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menggunakan model penelitian ini dan mengujikannya pada ruang lingkup di provinsi Sumatera Barat.

3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 141 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya Akbar, L. D. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213. <https://doi.org/10.24912/je.v24i2.574>
- Adonia, T., Rodgers, N., Hyginus, V., & Eze, U. (2024). 6 | Issue. 1 | 14-30 Tukundane Adonia, Nabaasa Rodgers, Val Hyginus Udoka Eze. e-Banking and Customer Satisfaction in Commercial Banks: A Case of Centenary Bank Main Branch-Mapeera House of Uganda. *Journal of Humanities and Social Sciences* |, 6(1), 14–30. <https://doi.org/10.36079/lamintang.jhass-0601.605>
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Piksi Ganesha, P. (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.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Anser, M. K., Tabash, M. I., Nassani, A. A., Aldakhil, A. M., & Yousaf, Z. (2023). Toward the e-loyalty of digital library users: investigating the role of e-service quality and e-trust in digital economy. *Library Hi Tech*, 41(4), 1006–1021. <https://doi.org/10.1108/LHT-07-2020-0165>
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.
- Ashiq, R., & Hussain, A. (2023). Exploring the effects of e-service quality and e-trust on consumers' e-satisfaction and e-loyalty: insights from online shoppers in Pakistan. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*. <https://doi.org/10.1108/jebde-09-2023-0019>
- Avicenna, M., Tabrani, T., & Suwandi, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kedekatan Hubungan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 189–197. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.2647>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.

- Caturani, E., Suseno, Y Djoko, Widajanti, E., Program,), & Manajemen, S. M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan Merk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Retno Skin Care di Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13(Juni), 16–26.
- Dan, P., Pelanggan, L., Center, S., Studi, [, Pelanggan, P., Safitri, E., Rahayu, M., & Indrawati, N. K. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan*.
- Delvi, O., & Musfiroh, M. F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada BRI Syariah KCP Weleri. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan ...*, 1, 60–70. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/2323>
- Fakhrudin, A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Sriwijaya Air Di Bandar Udara Internasional Adisutjipto Yogyakarta. *Jurnal Optimal*, 17(1), 51–72.
- Fitriani, D. R. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Relationship Marketing Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bpr Bkk Pati Dwi Retno Fitriani. *JSMB) Xxxx-Xxxx (Online)*, 3(1), 1–12.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Hajar, S., & Mauliza, R. (2024). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Cicilan Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13649283>
- Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 98–105. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.846>
- Harris, S. A., & Soenhadji, I. M. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Harga Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Aplikasi Food Delivery Dengan Menggunakan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(3), 418–432. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i3.4970>

- Hutubessy, E. O., Melmambessy, S., Gomies, J., Administrasi, J., Politeknik, N., Ambon, N., & Alamat,). (2024). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Harapan BCA Cabang Ambon*.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jimea: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 112–122. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/300>
- Jeon, M. M., & Jeong, M. (2017). Customers' perceived website service quality and its effects on e-loyalty. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 438–457. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2015-0054>
- joseph F.Hair, William C.Black, & Barry J.Babin. (2014). Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. *Pearson Education*, 7, 0–800.
- Karwur, H. S. L., Mangantar, M., & Rogi, M. H. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian IPC Tumpaan di Desa Pinamorongan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1718–1727.
- Kassim, U. (2024). *The Quality Of Mobile Banking Services For Bank Syariah Indonesia (BSI) Customer Satisfaction In Surabaya*.
- Khadka, K., Maharjan, S., Städtjänster, C. T., & Trivsel, (. (2017). *Customer Satisfaction And Customer Loyalty*.
- Kim, L., Jindabot, T., & Yeo, S. F. (2024). Understanding customer loyalty in banking industry: A systematic review and meta analysis. *Heliyon*, 10(17). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36619>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2018). *Principles of Marketing, 19th Global Edition*. [https://ebookmeta.com/product/principles-of-marketing-19th-](https://ebookmeta.com/product/principles-of-marketing-19th-19th-)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*.
- Kristania, V. J., Ogi, I. W. J., & Karuntu, M. M. (2022). Effect of Service Quality, Satisfaction Customers, and Corporate Image on Customer Loyalty At Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Manado Branch Office. 533 *Jurnal EMBA*, 10(4), 533–544.
- Kristina Lumbanraja, B. H., Mardhiyah, A., & Medan, K. (2024). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pengguna BRImo Kota Medan). *Customer Satisfaction Level*, 2(1). <https://doi.org/10.62710/fkdmgd98>
- Kumaratih, B., Herning, K., & Sholahudin, M. (2024). *The Effect of Relational Marketing on Customer Loyalty Through Satisfaction and Trust of Islamic Bank Savings Customers in Klaten City*. <https://doi.org/10.30871/j>

- Kurniasih Kurniasih, Esti Dwi Rahmawati, & Khabib Alia Akhmad. (2024). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(4), 55–67. <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i4.300>
- Lestari, D., & Dwiwinarno, T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Mediasi Kepuasan Konsumen Pada AHASS Shinta Motor. *EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Edisi Desember*, 14(2).
- Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 896–902. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>
- Lutfiani, A. N., & Musfiroh, M. F. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(3), 64–74.
- Massora, A., & Widyanti, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 9(1), 20–38. www.syariahamandiri.co.id
- Meileny, F. dan T. I. W. (2020). Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 1–9.
- Michael, Y., & Sisnuhadi, C. (2023). *Impact Of Service Quality And Corporate Image On Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction In Private And State-Owned Banks In Indonesia*. www.ijiras.com
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*.
- Mu'arotun, R. E., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Kredit Pt Pegadaian (Persero) Cabang Demak. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 311. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4134>
- Mulyati, Y., & Febrianz Laoli, E. (2017). *Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Dan pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Tabungan Bank Rakyat Indonesia (persero) TBK Kantor Cabang Khatib Sulaiman* (Vol. 19).
- Murti, A. P. U. & Tri R. (2021). Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 79–86.

- Mustofa, & Nuvriasari, A. (2024). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Service Quality on Brand Loyalty at Patra Malioboro Hotel. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(1), 191–206. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i1.7951>
- Nanda, C., Sari, P., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2024). Customer Decision Factors to Choose Kredit Usaha Rakyat (KUR) Based on Company Image and Service Quality Mediated with Customer Trust in PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) TBK. Banyuwangi Branch Office. In *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*. www.ajhssr.com
- Nasution, K. A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan Bagi Hasil dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gebu Prima Medan*.
- Nelda Citra Mahkota, & Intan Manggala. (2024). Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepercayaan Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Cilegon Ahmad Yani. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 43–52. <https://doi.org/10.29313/jrps.v3i1.3723>
- Nursitha, N., & Busni, D. (2024). *The Influence Of Location And Brand Image On Students' Interest In Transtracting At Bank Rakyat Indonesia Sungai Penuh Branch Office 1*.
- Parasuraman; Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). *Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale*. <https://www.researchgate.net/publication/304344168>
- Pramono. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia Vol. 13 Edisi Khusus Sept. 2019*.
- Pramono, Y. T., Suddin, A., & Sriwidodo, U. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13(2), 143–152.
- Pranoto, D., & Mawardi, M. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada PT. Bank BRI Persero Tbk.Cabang Tenggarong). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(2), 17–35. <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i2.952>
- Prasetya, A. A., & Indiani, N. L. P. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bali Semesta Agung Denpasar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(1), 72–76. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v12i1.1153>

- Purwanto, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT MACF*.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Putu Oktariyani, N., Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, P., & Pariwisata, dan. (2024). *Meningkatkan Loyalitas Nasabah Dengan Service Excellent dan Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah* (Vol. 4, Issue 2).
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Rahayu, S., Lutfi'ah, N., Lestari, D. S., & Listyawati, L. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mega Cabang Semut Surabaya. In *Liling Listyawati SAB* (Vol. 2, Issue 1).
- Rahmawati Ramadhan, F. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Brand Image, Dan Customer Trust Terhadap E-Loyalty Melalui E-Customer Satisfaction Pada Perusahaan E-Commerce Sociolla. In *RES PUBLICA* (Vol. 1, Issue 3). <https://intropublicia.org/index.php/rp>
- Ramadhan, Y., & Games, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Pangkas Rambut Densiko Bukittinggi. *Media Manajemen Jasa*, 11(1), 45–55. <https://doi.org/10.52447/mmj.v11i1.6968>
- Ranabhat. (2018). *Durga Ranabhat CUSTOMER LOYALTY IN BUSINESS*.
- Rapita, G., Helmi, M., & Elpanso, S. (2024a). Evaluating the Impact of Service Quality and Trust on Customer Loyalty in Financial Institutions. *International Journal of Finance Research*, 5(3), 390–403. <https://doi.org/10.47747/ijfr.v5i3.1981>
- Rapita, G., Helmi, M., & Elpanso, S. (2024b). Evaluating the Impact of Service Quality and Trust on Customer Loyalty in Financial Institutions. *International Journal of Finance Research*, 5(3), 390–403. <https://doi.org/10.47747/ijfr.v5i3.1981>
- Rosita, A. (2018). Persepsi Risiko, Terhadap Kepuasan Melalui Kepercayaan Dalam E-Marketplace. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(11), 20–28.
- Rusmahafi, F. A., & Wulandari, R. (2020). The Effect of Brand Image, Service Quality And Customer Value On Customer Satisfaction. *International Review*

- of Management and Marketing*, 10(4), 68–77.
<https://doi.org/10.32479/irmm.9939>
- Sani, I., Karnawati, A., & Ruspitasari, W. D. (2023). *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of PT Multicom Persada International Jakarta*. <https://doi.org/10.31933/dijms.v5i3>
- Sari, N., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cillo Coffee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 2022. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2.218>
- Satria, F., & Diah Astarini. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1911–1924.
<https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16124>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Siadari, K., & Lutfi, A. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking (Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 155. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i2.11223>
- Sitorus, T., & Yustisia, M. (2018). The influence of Service Quality and Customer Trust toward Customer Loyalty: The role of customer satisfaction. *International Journal for Quality Research*, 12(3), 639–654.
<https://doi.org/10.18421/IJQR12.03-06>
- Sohib, Rachma, H. (2017). pengaruh kualitas pelayanan, harga dan tempat terhadap kepuasan pelanggan cus-cus cafe Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 110(9), 1689–1699.
- Subantoro, B., & Wahyuati, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(6), 1–19.
- Sudirjo, F., Risal Tawil, M., Muhammad, R., Baubau, P., Harapan Bangsa Bandung, S., & Ichsan Gorontalo, U. (n.d.). *Citra Perusahaan Sebagai Moderasi Pada Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas* (Vol. 07, Issue 02).
- Sudirjo, F., Risal Tawil, M., Muhammad, R., Baubau, P., Harapan Bangsa Bandung, S., & Ichsan Gorontalo, U. (2023). *Citra Perusahaan Sebagai Moderasi Pada Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas* (Vol. 07, Issue 02).
- Sugiharto, Sugiono, & Raynaldo Alexander Wijaya. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto – Surabaya. *Jurnal*

- Strategi Pemasaran*, 7(1), 11.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10194>
- sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (19th ed.)*.
- Sutriani, S., Muslim, M., & Ramli, A. H. (2024). The Influence Of Experience, Satisfaction And Service Quality On Word Of Mouth Intentions And Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(4), 1037–1052. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i4.2605>
- Suwardi, & Rini, Y. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT MCF Cabang Karawaci*.
- Syahfudin, E., & Ruswanti, E. (2023). *The Impact of Service Quality and Brand Image on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction: in Indonesia Banking Industry*.
- Tjiptono. (2016a). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4*.
- Tjiptono. (2016b). *Service, Quality & Sotisfoction Edisi 4*.
- Triandewo, M. A., & Yustine, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 13–24. <https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.743>
- Tumbel, Z., Wenas, R. S., & Lintong, D. Ch. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Internet Banking Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada BRI Unit Tomohon Selatan. *Jurnal EMBA*, 10(4), 40–49.
- Utami, Yulianto, & Nugroho. (2024). Beyond Convenience: Understanding E-Service Quality Role In Fostering E-Customer Satisfaction And Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 28(2), 341–364. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i2.1956>
- Vabiola Ghantynireta, B., Inayatillah, I., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 114–122. <https://doi.org/10.22373/jimebis.v2i2.189>
- Wati, D. S., Sunarjo, W. A., & Putra, R. K. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pernalang. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(5), 220–228. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i5.1300>

- Widi Astuti, Y., Agriyanto, R., Turmudzi, A., & Walisongo Semarang, U. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah*.
- Widnyana, I. W., & Suamanayasa, I. N. (2021). pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada LPD. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2).
- Wolfinbarger, M., & Mary C, G. (2003). eTailQ: dimensionalizing, measuring and predicting etail quality. *Journal of Retailing*, 79(Volume 79, Issue 3), 183–198.
- Yasmin Anjani, I., Syakur Novianto, A., & Islam Malang, U. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Kepercayaan Dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Di Malang Jawa Timur (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Pakis-Malang)*. 7(1).
- Yusuf, M., Aris Safi, M., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda* (Vol. 4, Issue 1). www.bi.go.id
- Zakiah, N., & Umiyati, U. (2023). Service Quality and Corporate Image through Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(1), 84–99. <https://doi.org/10.46899/jeps.v11i1.418>
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010a). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010b). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>