

Determinan Kepuasan Dan Implikasi Nya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Body Repair PT Bavaria Mercindo Motor

Nurmin Arianto, Fauziah Septiani

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

E-mail: dosen01118@unpam.ac.id , dosen01771@unpam.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kualitas pelanggan, serta bagaimana pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan statistik asosiatif untuk menghitung jumlah partisipan yang berjumlah 92 partisipan yang diambil sampelnya menggunakan jasa bengkel. Teknik sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling, sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur. Berdasarkan temuan penelitian, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan usia 31 hingga 40 tahun dan berpendidikan S1. Hasil survei menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan loyalitas yang terdapat pada bengkel tersebut cukup memuaskan, meskipun terdapat beberapa keluhan dari pelanggan mengenai produk tersebut. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan loyalitas berdampak pada kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan loyalitas berdampak pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dapat berperan sebagai mediator dalam mempengaruhi kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanna, Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas

Abstract

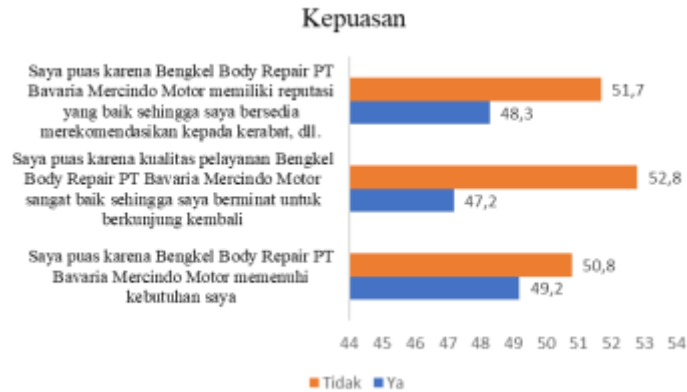
The purpose of this research is to understand how customer loyalty, customer loyalty, and customer quality are affected, as well as how customer loyalty, customer quality, and customer trust are affected. This research method uses a quantitative approach with Asosiatif statistics to count the number of participants, which is comprised of 92 participants who were sampled using a bengkel jasa. The sample technique used is accidental sampling, while the data analysis technique used in this research uses path analysis. According to the study's findings, the majority of respondents in this study were women with ages 31 to 40 and S1 educational attainment. The results of the survey indicate that the customer satisfaction, service quality, and loyalty that are available at the workshop are satisfactory, even though there have been some complaints from customers regarding the product. Additionally, the analysis's results show that the customer satisfaction, service quality, and loyalty have an impact on the latter, and that the customer satisfaction, service quality, and loyalty have an impact on the latter. As a result, the customer satisfaction can act as a mediator in influencing the quality of the products and services provided to the customer and the customer satisfaction.

Keyword: Service Quality, Trust, Satisfaction, Loyalty

PENDAHULUAN

Salah satu hasil positif dari peningkatan pemakaian kendaraan bermotor adalah peningkatan mobilitas ekonomi di berbagai wilayah. Salah satu aktivitas ekonomi yang dapat tumbuh seiring dengan peningkatan pemakaian kendaraan bermotor adalah bengkel mobil jenis "Body Repair".

Tingginya jumlah mobil yang beroperasi dapat menyebabkan peningkatan jumlah kejadian buruk seperti kecelakaan lalu lintas dan kejadian lain yang mengakibatkan kerusakan bodi mobil. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan sebenarnya di Bengkel Body Repair PT Bavaria Mercindo Motor, sebuah survei pra-survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang terdiri dari indikator kepuasan pelanggan kepada 30 orang.



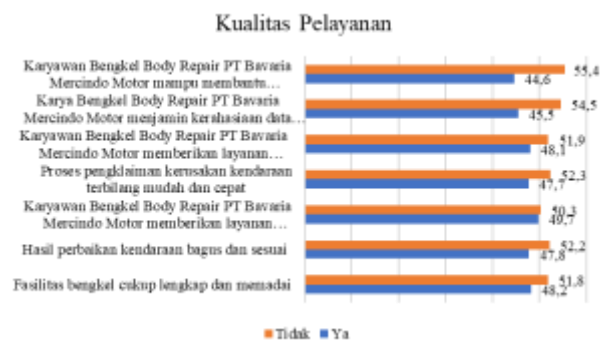
Grafik 1. Kepuasan

Data menunjukkan bahwa jumlah keluhan pelanggan tentang kepuasan terus meningkat karena banyak pelanggan yang menjawab tidak.



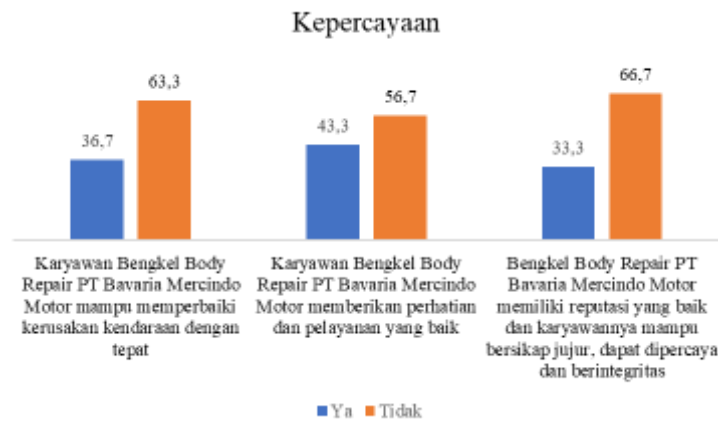
Grafik 2. Jumlah Pelanggan

Jika jumlah pelanggan mengalami fluktuasi yang menunjukkan peningkatan dan penurunan, ini dapat disebabkan oleh pelayanan yang buruk, yang membuat pelanggan kurang puas dan kurang loyal terhadap bengkel. Ini dapat dilihat dari banyaknya keluhan tentang pelayanan yang diterima bengkel.



Grafik 3. Pelayanan

Data prasurvei menunjukkan bahwa banyak pelanggan masih mengeluhkan pelayanan yang buruk, yang menyebabkan bengkel kurang dipercayai oleh pelanggan.



Grafik 4. Kepercayaan

Menurut data, masih ada pelanggan yang kurang percaya terhadap bengkel, yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan berdampak pada loyalitas pelanggan dan dorongan untuk merekomendasikan bengkel kepada orang lain. Frekuensi pelanggan yang ada menunjukkan bahwa ini terjadi.



Grafik 5. Frekuensi

Berdasarkan jumlah pelanggan yang ada, kami menemukan bahwa jumlah pelanggan yang menggunakan jasa lebih dari dua kali masih sedikit dan kebanyakan hanya sekali. Ini menunjukkan bahwa pelanggan masih kurang loyal terhadap bengkel, yang menyebabkan pelanggan menjadi tidak puas dan mengurangi loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, analisis jalur digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh langsung dan tidak langsung. Analisis jalur dilakukan dengan menggunakan angka di interval dari hasil kuisisioner yang diberikan kepada 92 responden, yang diuji dengan asumsi klasik dan instrumen. Selanjutnya, analisis jalur dilakukan dengan membagi dua bentuk persamaan untuk mengidentifikasi pengaruh langsung dan tidak langsung. Data diproses dengan menggunakan program SPSS dan uji instrumen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Instrument

Uji Validitas					Uji Reliabilitas			
No	Pelayanan	Percaya	Puas	Loyal	Pelayanan	Percaya	Puas	Loyal
1	0,767	0,820	0,722	0,903	0,972	0,824	0,834	0,872
2	0,781	0,814	0,778	0,903	Seluruh variabel dinyatakan reliabel karena nilai $r_{ca} > r_{tabel} (0,600)$			
3	0,832	0,821	0,820	0,869				
4	0,808	0,897	0,839	0,901				
5	0,824	0,705	0,864	0,873				
6	0,801	0,719	0,881	0,840				
7	0,817	Maka nilai $r_{hit} > r_{tab} (0,300)$ sehingga seluruh data valid						
8	0,767							
9	0,807							
10	0,809							

Sumber: Data diolah (2024)

Terdapat dua bentuk persamaan dalam penelitian ini yaitu

$$Z = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_1 \dots \dots \dots \text{Pers. (1)}$$

$$Y = \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2 + \beta_5 Z + \epsilon_2 \dots \dots \dots \text{Pers. (2)}$$

Maka terdapat dua buah analisis uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu:

Tabel 2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas					
Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual Pers.1	Unstandardized Residual Pers.2	Ket		
Asymp. Sig (2 Tailed)	0,069	0,073	Dari hasil uji maka nilai $Asym > 0,05$, maka data berdistribusi normal		
Uji Autokorelasi					
Model	Durbin Watson	Standar	Dari hasil uji maka data tidak terjadi autokorelasi karena durbin watson berada diantara 1,550-2,460		
Persamaan 1	2,155	1,550 - 2,460			
Persamaan 2	2,143				
Uji Multikolinieritas					
Model	Persamaan 1		Persamaan 2		Dari hasil uji maka nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,0$ Maka tidak terjadi multikolinieritas
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF	
Pelayanan	0,258	3,879	0,147	6,79	
Kepercayaan	0,258	3,879	0,24	4,167	
Kepuasan			0,173	5,776	

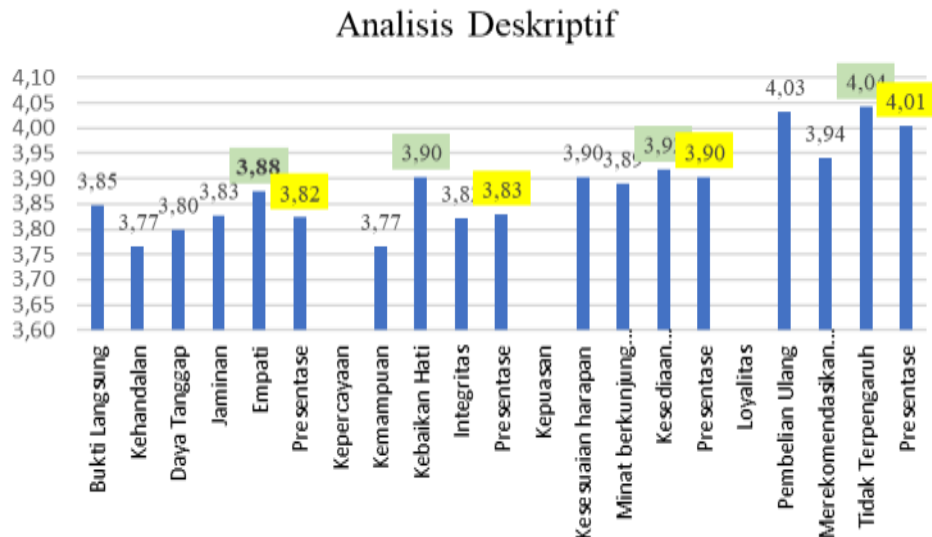
Sumber: Data diolah (2024)

Analisis Deskriptif Responden

Dari hasil analisis deskriptif berdasarkan jenis kelamin maka diketahui mayoritas responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 68 orang, hal ini karena bengkel untuk repair body mobil sehingga lebih banyak laki-laki yang datang ke objek penelitian. Jika dilihat berdasarkan usia maka mayoritas usia responden adalah 31-40th yaitu sebanyak 40 responden usia tersebut sudah

berkurang ketelitian mengendarai kendaraan sehingga terjadi benturan dan datang ke bengkel untuk memperbaikinya, jika dilihat dari tingkat pendidikan maka Pendidikan Sarjana (S1) paling banyak yaitu sebanyak 67 responden hal ini menandakan tingkat pendidikan juga menjadi salah satu faktor penentu seseorang bisa mengendarai kendaraan terlebih roda empat dan ini diperkuat juga dengan tingkat pekerjaan dimana mayoritas adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 37 responden karyawan swasta yang mobilitas nya lebih sering menggunakan roda empat.

Analisis Deskriptif Variabel



Grafik 6. Deskriptif

Jika dilihat maka kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel sudah baik hal ini diperoleh skor 3,82 yang mendakan pelayanan sudah baik dan diperkuat dengan indikator empati yaitu sebesar 3,88 hal ini membuktikan bahwa karyawan sudah dengan baik menunjukkan rasa empati kepada pelanggan disamping itu tingkat kepercayaan pelanggan juga sudah baik dimana diperoleh skor rata yaitu 3,83 dan diperkuat dengan indikator kebaikan hati yaitu sebesar 3,90 dimana bengkel selalu meberikan yang terbaik dan kualitas yang maksimal bagi pelanggan dari pelayanan dan kepercayaan yang sudah baik maka kepuasan pelanggan juga sudah merasa puas dimana diperoleh skor yaitu 3,90 dan diperkuat dengan indikator kesiadaan merekomendasikan yaitu sebesar 3,91 maka dari itu denga pelangan yang merasa puas maka menjadikan pelanggan merasa loyal dimana diperoleh skor 4,01 dan dibuktikan dengan skor tertinggi pada indikator tidak terpengaruh yaitu 4,04. Maka dapat disimpulakn bahwa variabel yang diteliti sudah baik, walaupun masih terdapat beberap skor rendah yang dapat menjadikan masukan bagi bengkel demi meningkatkan kuliatas dan kepercayaan pelanggan.

Analisis Kuantitatif

Berikut ini tabel hasil olah data:

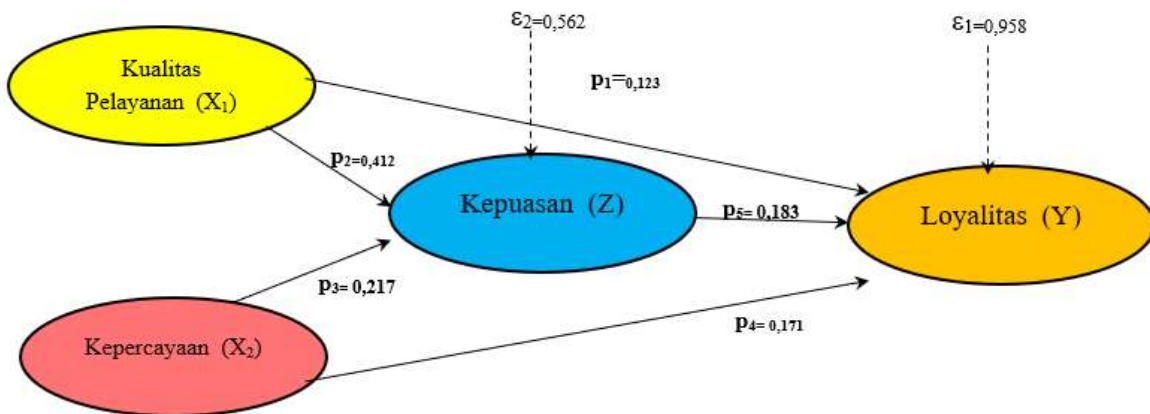
Tabel 3. Uji Hipotesis

Persamaan 1	t	sig	F	sig	Korelasi	Determinasi
Kualitas Pelayanan	3,615	0,009	3,764	0,002	0,538	0,289
Kepercayaan	2,646	0,003				
Kepuasan	2,569	0,004				
Persamaan 2	t	sig	F	sig	Korelasi	Determinasi
Kualitas Pelayanan	8,171	0,000	12,524	0,000	0,909	0,827
Kepercayaan	2,570	0,012				

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel tersebut maka pada persamaan pertama kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan memiliki pengaruh secara parsial ataupun simultan terhadap loyalitas dimana nilai t hitung $>$ t tabel dan f hitung $>$ f tabel sedangkan tingkat hubungannya memiliki hubungan yang sedang dan besarnya kontribusi sekita 28,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Pada persamaan kedua yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan dimana memiliki pengaruh baik secara parsial ataupun simultan terhadap kepuasan dengan tingkat hubungan yang sangat kuat dan besarnya kontribusi sebesar 82,7% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Path Analisis



Gambar 1. Hasil Uji Path

Tabel 4. Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan-Loyalitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.714	3.235		5.167	.000
	Kualitas Pelayanan	.123	.202	.131	3.615	.009
	Kepercayaan	.171	.265	.137	2.646	.003
	Kepuasan	.183	.321	.142	2.569	.004

a. Dependent Variable: Loyalitas

Tabel 5. Kualitas Pelayanan, Kepercayaan -Kepuasan
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.684	1.031		2.604	.011
	Kualitas Pelayanan	.412	.050	.710	8.171	.000
	Kepercayaan	.217	.084	.223	2.570	.012

a. Dependent Variable: Kepuasan

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan-Loyalitas

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.538 ^a	.289	.025	4.711	2.143

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas

$$e1 = \sqrt{1 - r^2}$$

$$e1 = \sqrt{1 - 0,289^2}$$

$$e1 = 0,958$$

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan, Kepercayaan -Kepuasan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.909 ^a	.827	.823	1.557	2.155

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

$$e2 = \sqrt{1 - r^2}$$

$$e2 = \sqrt{1 - 0,827^2}$$

$$e2 = 0,562$$

Berdasarkan gambar diatas dapat dikethauai pengaruh langsung atau tidak langsung serta pengaruh total dari penelitian ini yaitu:

- a. Pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas
(p₁)= 0,123
- b. Pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas
p₂ x p₅ = 0,412 x 0,183 = 0,075396
Maka pengaruh tidak langsung antara X₁ ke Y sebesar 0,075
- c. Pengaruh total kualitas pelayanan terhadap Loyalitas
Pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung
= p₁ + (p₂ x p₅) = 0,123 + 0,075 = 0,198
- d. Pengaruh total Kepercayaan terhadap Loyalitas
(p₄)= 0,171
- e. Pengaruh tidak langsung Kepercayaan terhadap Loyalitas
p₃ x p₅ = 0,217 x 0,183 = 0,039711
Maka pengaruh anantara X₂ ke Y Sebesar 0,03
- f. Pengaruh total Kepercayaan terhadap Loyalitas
Pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung =
=p₄ + (p₃ x p₅)
= 0,171 + 0,03 = 0,174
Maka pengaruh total X₂ ke Y sebesar 0,174

Untuk mengetahui tingkat mediasi variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dan Kepercayaan terhadap Loyalitas maka standar error dari koefisien *indirect effect* dpat dinyatakana:

$$\begin{aligned}
 1. \quad Sp2Sp5 &= \sqrt{p5^2sp2^2 + p2^2sp5^2 + sp2^2sp5^2} \\
 Sp2Sp5 &= \sqrt{(0,183)^2 \cdot (0,050)^2 + (0,412)^2 \cdot (0,321)^2 + (0,050)^2 \cdot (0,321)^2} \\
 Sp2Sp5 &= \sqrt{(0,0335) \cdot (0,0025) + (0,1697) \cdot (0,1030) + (0,0025) \cdot (0,1030)} \\
 Sp2Sp5 &= \sqrt{(0,0008372) + (0,01749059) + (0,00025760)} \\
 Sp2Sp5 &= \sqrt{0,01783192} \\
 Sp2Sp5 &= 0,13354 \\
 2. \quad Sp3p5 &= \sqrt{p5^2sp3^2 + p3^2sp5^2 + sp3^2sp5^2} \\
 Sp3p5 &= \sqrt{(0,183)^2 \cdot (0,084)^2 + (0,271)^2 \cdot (0,321)^2 + (0,084)^2 \cdot (0,321)^2} \\
 Sp3p5 &= \sqrt{(0,0335) \cdot (0,0071) + (0,0734) \cdot (0,1030) + (0,0071) \cdot (0,1030)} \\
 Sp3p5 &= \sqrt{(0,0,00023630) + (0,00756743) + (0,00072706)} \\
 Sp3p5 &= \sqrt{0,00853079} \\
 Sp3p5 &= 0,09236
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hal diatas maka dapat diperoleh nilai t statistik pengaruh mediasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 1. \quad t1 &= \frac{p2p5}{Sp2p5} = \frac{0,412 \cdot 0,183}{0,050 \cdot 0,183} = \frac{0,075396}{0,00915} = 8,240 \\
 2. \quad t2 &= \frac{p3p5}{Sp3p5} = \frac{0,217 \cdot 0,183}{0,084 \cdot 0,183} = \frac{0,049593}{0,015372} = 3,226
 \end{aligned}$$

Dengan melihat semua semua pengukuran diatas maka sdapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Karena t hitung sebesar 8,240 dan t tabel 1,987 dengan niai signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi sebesar 0,198 signifikan yang berarti kepuasan dapat menjadi mediator dalam pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas .

Karena t hitung sebesar 3,226 dan t tabel 1,987 denga nilai signfikansi 0,05, maka dapat disimpulkan koefisien mediasi sebesar 0,174 yang berarti kepuasan dapat menjadi mediator dalam pengaruh kepercayaan terhadap Loyalitas.

Pembahasan

1. Hasil uji hipotesis (Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan)
Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai *standardized coefficients* sebesar 0,710 dan tingkat *significant* sebesar 0,000 pada koefisien alpha 5%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat *significant* kurang dari 5% atau $0,000 < 0,05$. Maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan (Z). Yang dapat ditarik pengertian tiap kenaikan variabel Kualitas Pelayanan 1% maka akan menaikkan 71,0% tingkat kepuasan. Kesimpulan ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan Thomas (2021), Eka (2020), Husni (2020), Desi (2017).
2. Hasil uji hipotesis (Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas)
Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai *standardized coefficients* sebesar 0,131, dan tingkat *significant* sebesar 0,009 pada koefisien alpha 5%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat *significant* kurang dari 5% atau $0,009 < 0,05$. Maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas (Y). Yang dapat ditarik pengertian tiap kenaikan variabel Kualitas Pelayanan 1% maka akan menaikkan 12,3% tingkat Loyalitas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yelli (2018).
3. Hasil uji hipotesis (Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan)
Variabel Kepercayaan memiliki nilai *standardized coefficients* sebesar 0,223 dan tingkat *significant* sebesar 0,012 pada koefisien alpha 5%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa

tingkat *significant* kurang dari 5% atau $0,000 < 0,05$. Maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kepercayaan (X_2) terhadap Kepuasan (Z). Yang dapat ditarik pengertian tiap kenaikan variabel Kepercayaan 1% maka akan menaikkan 22,3% tingkat Kepuasan. Kesimpulan ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2022), Huddin (2019).

4. Hasil uji hipotesis (Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas)
Variabel Kepercayaan memiliki nilai *standardized coefficients* sebesar 0,137 dan tingkat *significant* sebesar 0,003 pada koefisien alpha 5%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat *significant* kurang dari 5% atau $0,003 < 0,05$. Maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kepercayaan (X_2) terhadap Loyalitas (Y). Yang dapat ditarik pengertian tiap kenaikan variabel Kepercayaan 1% maka akan menaikkan 13,7% tingkat Loyalitas. Kesimpulan ini sependapat dengan penelitian Yelli (2017), Baihaqi (2016), Desi (2017).
5. Hasil uji hipotesis (kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas)
Variabel kepuasan memiliki nilai *standardized coefficients* 0,142 dan tingkat *significants* 0,004 pada koefisien alpha sebesar 5%. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat *significant* kurang dari 5% atau $0,000 < 0,05$. Yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kepuasan (Z) terhadap Loyalitas (Y). Yang dapat ditarik kesimpulan tiap kenaikan 1% variabel Kepuasan maka akan menaikkan 14,2% Loyalitas . Kesimpulan ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Huddin (2019), Sarjita (2020), Ramenusu (2013).
6. Kepuasan dapat menjadi variabel *intervening* / mediasi antara Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas berdasarkan hasil uji *sobel test*.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan:

1. Kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan
2. Kepercayaan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan
3. Kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas
4. Kepercayaan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas
5. Kepuasan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas
6. Hasil analisis jalur kualitas pelayanan dan kepercayaan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Tokopedia Di Bandar Lampung.
- Arianto, N. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan terhadap loyalitas pasien (studi kasus pada pasien rawat jalan Rumah Sakit Premier Bintaro). *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 13(1), 1-9.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254-268.
- Arianto, N., & Nirwana, Y. K. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 179-192.

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas produk Dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Baihaqi, M. U. H. A. M. M. A. D., & Artanti, Y. (2016). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 94-100.
- Huddin, M. N. (2019). Analisis Faktor Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dimediasi Kepuasan Nasabah Pada Nasabah Bri Syariah. *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 5(1).
- Ramenusa, O. (2013). Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. DGS Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Ritonga, H. M., Pane, D. N., & Rahmah, C. A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan. *Jumant*, 12(2), 30-44.
- Sarjita, S. (2020). Pengaruh Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Go-Jek di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 5(1), 76-92.
- Sewaka, S., Anggraini, K., Mas'adi, M., Nurhadi, A., & Arianto, N. (2021). The effect of customer satisfaction and service quality of banking products on loyalty of bank customer in Tangerang. *Int. J. Artif. Intell. Res*, 6(1).
- Susanti, D., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh faktor kepercayaan, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan kereta api. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).
- Trisusanti, Y., & Karneli, O. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Wibowo, T. J. K., & Khuzaini, K. (2021.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3046> .