

ABSTRAK

Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Dimediasi oleh Kepuasan Nasabah PT Bank Mandiri

Joshua Hendrawan¹⁾, Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Studi ini bertujuan untuk menentukan dampak kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas, dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Metodologi pengambilan sampel menggunakan metode kuesioner dengan serangkaian pernyataan yang berkaitan dengan setiap variabel yang diperiksa. Peserta dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Mandiri di Wilayah Jakarta yang telah menjadi klien selama minimal enam bulan dan telah melakukan setidaknya tiga transaksi dalam satu bulan. Ukuran sampel responden harus dikalibrasi sesuai dengan banyaknya pernyataan indikator, menggunakan rumus Hair et al.; oleh karena itu, penelitian ini menggunakan 150 kuesioner yang telah lengkap dari 150 nasabah PT Bank Mandiri. Analisis data untuk penelitian ini menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Pengujian hipotesis menggunakan metodologi PLS dilakukan dalam dua fase: evaluasi model luar dan penilaian model dalam. Uji model eksternal dilakukan untuk memvalidasi dan memastikan keandalan semua indikator untuk setiap variabel. Uji model dalam dilakukan untuk meneliti pengaruh antar variabel berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Kepercayaan yang tinggi memperkuat komitmen nasabah, sementara kualitas layanan yang responsif, dapat diandalkan, dan empatik meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas. Kepuasan nasabah juga berfungsi sebagai jembatan antara kepercayaan dan loyalitas. Penelitian ini menekankan pentingnya membangun kepercayaan dan menjaga kualitas layanan untuk mempertahankan nasabah dan menciptakan loyalitas jangka panjang.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas.