



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan)

Meita Bella Vinanda

Ekonomi and Bisnis, ITB Ahmad Dahlan Lamongan, 62218, Jawa Timur, Indonesia.

Info Article

Abstract

History Article:

Submitted
Revised
Accepted

Keywords:

Loyalty; Quality;
Service; Satisfaction;

This study aims to analyze the effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction at PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan. A quantitative approach was employed, utilizing a sample of 96 respondents selected through simple random sampling. Data were collected using a structured questionnaire and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that service quality positively and significantly influences customer loyalty, as well as customer satisfaction. Moreover, customer satisfaction serves as a mediating variable in the relationship between service quality and customer loyalty. These findings suggest that improving service quality can enhance customer satisfaction, which in turn strengthens customer loyalty.

Abstrak

Kata Kunci:

Kualitas; Loyalitas;
Kepuasan; Pelayanan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan sampel 96 responden yang dipilih melalui teknik simple random sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur dan dianalisis dengan menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, serta kepuasan nasabah. Selain itu, kepuasan nasabah berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah. Temuan ini menyarankan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas nasabah.

Vinanda, M.B. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan). *JMBD: Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, Vol(No), xx-xx

[✉]correspondence Address

Institutional address:
E-mail:

ISSN

XXXX-XXXX (print)

XXXX-XXXX (online)

DOI: xxxxxxxxxxxxxx

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan digitalisasi saat ini dalam sektor perbankan menghadapi tantangan yang semakin kompleks dalam mempertahankan loyalitas nasabah. PT. Bank Mandiri, sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, memiliki peran penting dalam menyediakan layanan keuangan berkualitas kepada masyarakat. Namun, tantangan dalam menjaga kepuasan dan loyalitas nasabah tetap menjadi isu signifikan. Data menunjukkan bahwa meskipun jumlah nasabah baru terus meningkat, tingkat loyalitas nasabah tidak sebanding. Pada tahun 2023, tingkat churn nasabah Bank Mandiri mencapai 15%, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata nasional yang hanya sebesar 10%. Hal ini menunjukkan adanya masalah mendasar yang perlu diatasi.

Survei kepuasan internal menunjukkan bahwa 75% nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan, tetapi target perusahaan adalah mencapai tingkat kepuasan sebesar 85%. Ketidakpuasan ini umumnya disebabkan oleh keluhan mengenai lambatnya pelayanan di cabang, kurangnya responsifitas staf terhadap keluhan, dan gangguan teknis pada aplikasi mobile banking. Selain itu, Bank Mandiri juga menghadapi persaingan yang ketat dari bank lain, seperti BRI dan BCA. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023, Bank Mandiri hanya memiliki pangsa pasar sebesar 20% di Lamongan, tertinggal jauh dari BRI yang mencapai 35% dan BCA dengan 25%. Kedua bank tersebut telah sukses dalam mengadopsi teknologi dan layanan digital untuk meningkatkan kepuasan nasabah, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan belum memenuhi ekspektasi nasabah di tengah persaingan yang semakin dinamis.

Kajian literatur terkait menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Penelitian oleh Santosa et al. (2020) dan Fadriansyah et al. (2022) menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga berkontribusi pada loyalitas mereka. Penelitian lainnya, seperti yang dilakukan oleh Hapsari dan Murini (2022), menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik, kepercayaan, dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Namun, sebagian besar penelitian ini tidak mempertimbangkan dampak inovasi layanan digital, yang menjadi semakin relevan dalam konteks perbankan modern. Survei Accenture (2023) menunjukkan bahwa 67% nasabah bank di Indonesia lebih memilih menggunakan layanan digital seperti mobile banking, tetapi aplikasi mobile banking Bank Mandiri masih sering mengalami gangguan teknis.

Kesenjangan penelitian ini jelas terlihat, karena studi yang spesifik membahas kasus di Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan masih terbatas. Penelitian yang ada sering kali tidak memperhitungkan dampak layanan digital dan adaptasi teknologi terhadap kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dengan mengisi gap dalam literatur terkait, serta memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan loyalitas nasabah di era persaingan yang semakin ketat.

Dengan fokus pada kualitas pelayanan dan inovasi digital, penelitian ini akan menyajikan insights yang berguna bagi manajemen Bank Mandiri dalam meningkatkan pengalaman nasabah dan, pada akhirnya, mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Melalui pendekatan ini, diharapkan Bank Mandiri dapat merespons tantangan yang ada dan bersaing lebih efektif di pasar perbankan Indonesia.

METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan, yang terletak di Jl. Sunan Drajat No. 155 C, Kaloharjo, Sidoharjo, Kec. Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 96 nasabah, yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling untuk memastikan representativitas sampel.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, di mana responden diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan yang telah disusun. Kuesioner ini dirancang dengan mengacu pada skala Likert, yang terdiri dari lima kategori jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Kuesioner ini mengukur tiga variabel utama: kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.

Proses pengolahan data dilakukan melalui beberapa tahap, mulai dari editing untuk memastikan tidak ada data yang hilang, coding untuk mentransformasikan data ke dalam format yang dapat dianalisis, hingga scoring untuk memberikan nilai pada setiap jawaban dalam kuesioner. Penggunaan perangkat lunak SmartPLS 3 akan memfasilitasi analisis data dengan teknik Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar variabel serta validitas dan reliabilitas instrumen.

Pengukuran variabel dilakukan dengan mendefinisikan indikator masing-masing variabel. Misalnya, untuk variabel kualitas pelayanan, indikator yang digunakan adalah keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, yang merujuk pada model SERVQUAL. Sementara itu, untuk variabel kepuasan nasabah, indikator mencakup kesesuaian harapan, kinerja produk, dan emosi pelanggan. Loyalitas nasabah diukur melalui indikator kepuasan, nilai yang dirasakan, dan pengalaman pelanggan.

Dengan mengikuti prosedur yang sistematis ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang valid dan reliabel, serta bermanfaat untuk memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel mediasi di PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini mengacu pada pengujian hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (path analysis) menggunakan software SmartPLS.

Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank Mandiri (Persero) didirikan pada 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan di Indonesia, menggabungkan empat bank pemerintah untuk memperkuat sektor keuangan. Sejak itu, Bank Mandiri telah berkontribusi lebih dari 140 tahun dalam perekonomian Indonesia dengan kinerja yang terus meningkat, termasuk laba yang tumbuh signifikan dari Rp 1,18 triliun pada tahun 2000 menjadi Rp 5,3 triliun pada tahun 2004. Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan, Bank Mandiri melaksanakan program

transformasi melalui tiga fase antara 2005 hingga 2010, yang mencakup restrukturisasi organisasi dan penguatan sistem manajemen risiko. Pada periode 2010-2014, fokus beralih ke pertumbuhan bisnis dengan visi menjadi lembaga keuangan terkemuka di ASEAN, yang ditandai dengan peningkatan kapitalisasi pasar dan pengurangan rasio kredit bermasalah (NPL). Transformasi berlanjut hingga 2020, dengan penekanan pada digitalisasi dan penguatan hubungan dengan nasabah. Pada tahun 2023, Bank Mandiri mencatat pertumbuhan aset 9,12% dan peningkatan laba bersih 33,7%, serta menjadi pemimpin dalam pembiayaan hijau di Indonesia. Strategi untuk tahun 2024 mencakup akselerasi pertumbuhan di segmen wholesale dan retail, optimalisasi platform digital, serta peningkatan sinergi dengan perusahaan anak untuk mencapai dominasi pasar yang berkelanjutan.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nilai T-statistik untuk hipotesis pertama adalah 6,120 dengan p-value 0,000, yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Mandiri, semakin tinggi loyalitas yang ditunjukkan oleh nasabah. Kualitas pelayanan yang baik mencakup keandalan, responsif, jaminan, empati, dan bukti fisik, yang semuanya berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Untuk hipotesis kedua, hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai T-statistik sebesar 37,607 dan p-value 0,000. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik secara langsung meningkatkan kepuasan nasabah. Pengalaman positif yang dialami nasabah dalam interaksi mereka dengan bank memberikan dampak yang signifikan terhadap persepsi mereka terhadap pelayanan.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Hipotesis ketiga diuji untuk mengukur pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Hasilnya menunjukkan T-statistik 5,299 dan p-value 0,000, yang berarti hipotesis diterima. Ini menegaskan bahwa kepuasan nasabah adalah prediktor utama loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas cenderung untuk tetap setia dan merekomendasikan layanan bank kepada orang lain.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Tabel Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

<i>Path Coefficient</i>	<i>Original Sample</i>	<i>t statistics (Ts)</i>	<i>P Values</i>	<i>Ket</i>
<i>KP -> KN -> LN</i>	0,379	5,190	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. T-statistik untuk pengaruh tidak langsung adalah 5,190 dengan p-value 0,000, yang menunjukkan bahwa hipotesis ini juga diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang baik tidak hanya berdampak langsung pada loyalitas, tetapi juga melalui peningkatan kepuasan nasabah.

Pembahasan

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Model SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. (1988) menunjukkan dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya oleh Hapsari dan Murini (2022) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berdampak positif terhadap loyalitas nasabah, yang mendukung temuan penelitian ini.

Pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dapat dijelaskan melalui beberapa faktor. Pertama, ketika nasabah merasakan pelayanan yang cepat, responsif, dan dapat diandalkan, mereka cenderung untuk membangun kepercayaan terhadap bank. Kepercayaan ini adalah kunci dalam membangun hubungan jangka panjang yang akhirnya meningkatkan loyalitas. Selain itu, kepuasan yang dihasilkan dari pengalaman positif akan mendorong nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank, bahkan dalam kondisi persaingan yang ketat.

Tabel Hasil Uji Statistik

Hipotesis	T-statistik	p-value	Hasil
H1: Kualitas Pelayanan → Loyalitas	6,120	0,000	Diterima
H2: Kualitas Pelayanan → Kepuasan	37,607	0,000	Diterima
H3: Kepuasan → Loyalitas	5,299	0,000	Diterima
H4: Kualitas Pelayanan → Loyalitas melalui Kepuasan	5,190	0,000	Diterima

Sumber: Penulis, 2025

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik terhadap PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan dan pendekatan yang mengaitkan kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai bagaimana bank dapat meningkatkan loyalitas nasabah dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, terutama di era digital yang semakin berkembang.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan, sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima.
2. Dari hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan, sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima.
3. Dari hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri

KCP Sunan Drajat Lamongan, sehingga dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima.

4. Dari hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan, sehingga dapat disimpulkan hipotesis keempat diterima.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus ditujukan kepada Bapak Dr. Darianto, S.E., M.M., dan Ibu Siti Musyarofah, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan artikel ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh manajemen dan staf PT Bank Mandiri KCP Sunan Drajat Lamongan yang telah memberikan kesempatan, informasi, serta dukungan dalam pelaksanaan penelitian lapangan.

Tak lupa, penulis menghargai dukungan moral dan spiritual dari keluarga serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun turut andil dalam memberikan semangat dan motivasi hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Abdullah, T. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan depot air minum isi ulang tompotika water luwuk. *Jurnal Ilmiah Produktif*, 11(1), 12-16. <https://doi.org/10.56072/jip.v11i1.461>.
- Arifin, K. M. and Widwi Handari Adji (2023). Pengaruh kompetensi karyawan terhadap kualitas pelayanan pelanggan di kedai kopi tovi kofi. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 15(2), 190-205. <https://doi.org/10.37151/jsma.v15i2.141>.
- Ariono, I. (2019). Analisis faktor kepuasan, kepercayaan, komitmen dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah pada bank bni syariah semarang. *Syariati*, 5(01), 119-192. <https://doi.org/10.32699/syariati.v5i01.1190>.
- Azwar S. 2013. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education (Vol. 8)*. New York: Routledge.
- Edi, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, peningkatan intimitas nasabah dan citra merek terhadap loyalitas nasabah melalui minat menabung pada nasabah bank syariah indonesia kcp wiyung surabaya. *WORLDVIEW*, 1(1), 63-80. <https://doi.org/10.38156/worldview.v1i1.114>.
- Fadriansyah, M., Hans, J., & Ayuningtyas, E. (2022). Persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan kepercayaan serta dampaknya pada loyalitas nasabah. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 24(1), 65. <https://doi.org/10.33370/jpw.v24i1.758>.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.

- Fusva, A., Dean, D. L., Suhartanto, D., Syarief, M. E., Arifin, A. Z., Suhaeni, T., ... & Rafdinal, W. (2020). Loyalty formation and its impact on financial performance of islamic banks – evidence from indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1872-1886. <https://doi.org/10.1108/jima-12-2019-0258>.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Nalim, N. (2015). Analisis komparatif dan eksploratif terhadap kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional di kota pekalongan. *Jurnal Hukum Islam*, 108-118. <https://doi.org/10.28918/jhi.v13i2.490>.
- Hidayat, D., Suroso, A., & Banani, A. (2019). Strategi bank dalam mencapai loyalitas nasabah melalui pengaruh citra, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah (studi pada bank bri cabangpurwokerto). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 21(3). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i3.1368>.
- Morling, B. (2017). *Research methods in psychology (3rd ed.)*. W. W. Norton & Company.
- Nurhidayati, M. and Cahyani, N. (2021). Faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna e-channel pada nasabah bsi kcp ponorogo. *Etihad Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 146-157. <https://doi.org/10.21154/etihad.v1i2.3527>.
- Nursiana, A. (2015). Pengaruh internet banking, kualitas layanan, reputasi produk, lokasi, terhadap loyalitas nasabah dengan intermediasi kepuasan nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 19(3). <https://doi.org/10.26905/jkdp.v19i3.43>.
- Nurwulandari dan Darwin. 2020. “Metode penelitian pendekatan kuantitatif”. CV. Media Sains Indonesia.
- Oliver, Richard L., 1999, “Whence Consumer Loyalty”, *Journal of Marketing.*, Volume 63 Special Issue, pp. 33-44.
- Puspitaloka, T. (2023). Pengaruh content marketing, customer satisfaction dan customer trust terhadap customer retention dengan customer value sebagai variabel moderasi. *Al-Kharaj Jurnal Ekonomi Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 889-910. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.3749>
- Putra, G. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada pt. bpr suryajaya kubutambahan. *Bisma Jurnal Manajemen*, 9(3), 249-258. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i3.62146>.
- Rafdinal, W., Putri, Y., & Ridhaningsih, F. (2021). Model loyalitas merek pada teh kemasan di indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(2), 86-96. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v6i2.1923>.
- Rofiqo, A., Addinata, V., & Sari, D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepercayaan dan kepuasan sebagai variabel mediator bank syariah di ponorogo. *Etihad Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 1-11. <https://doi.org/10.21154/etihad.v1i1.2732>.
- Rofiqo, A., Wicaksana, F. A., & Abd Razak, A. B. (2023). Factors that influence to costumers sharia bank loyalty: an empirical study of students at universitas darussalam gontor ponorogo. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(2), 122-130. <https://doi.org/10.21154/etihad.v3i2.7774>.

- Salim, A., Setiawan, M., Rofiaty, R., & Rohman, F. (2018). Focusing on complaints handling for customer satisfaction and loyalty: the case of Indonesian public banking. *European Research Studies Journal*, XXI(Issue 3), 404-416. <https://doi.org/10.35808/ersj/1071>.
- Santosa, J., Mahendra, D., & Haryanto, A. (2020). Peran kepuasan di dalam memediasi kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank Jateng cabang purwodadi. *Excellent*, 7(1), 16-24. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.622>.
- Subawa, I. and Sulistyawati, E. (2020). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhartanto, D., Gan, C., Sarah, I. S., & Setiawan, S. (2019). Loyalty towards Islamic banking: service quality, emotional or religious driven?. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 66-80. <https://doi.org/10.1108/jima-01-20180007>.
- Sumadi, S. and Soliha, E. (2015). The effect of bank image and trust on loyalty mediated by customer satisfaction. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 6(2). <https://doi.org/10.15294/jdm.v6i2.4301>.
- Sutrisno, A. and Hastuti, S. (2022). Analisis kualitas pelayanan dan brand image terhadap loyalitas nasabah kur pada bank rakyat Indonesia (bri) unit a. yani cabang nganjuk. *Otonomi*, 22(1), 221. <https://doi.org/10.32503/otonomi.v22i1.2453>.
- Umasugi, S. (2023). Peran kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 215-227. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i2.818>.
- Wijaya, H., Beik, I., & Sartono, B. (2017). Pengaruh kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah xyz di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston.