

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN KEPUASAN
SEBAGAI *MEDIATING VARIABLE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan BPD Yogyakarta)**

**Raisa Nirmala Dewi
NIM : 141.090.083 / EM**

raisanirmaladewi@gmail.com

**Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta**

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan pada BPD Yogyakarta yang berlokasi di Jalan Tentara Pelajar No.7, Yogyakarta, pengambilan data dilakukan bulan November 2015. Data yang digunakan data primer. Metode pengolahan data menggunakan analisis *Path* dan analisis data deskriptif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai probabilitas-statistik = $0,000 < Level\ of\ Significant = 0,05$, ada pengaruh signifikan antara *service quality* terhadap kepuasan. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai probabilitas-statistik = $0,000 < Level\ of\ Significant = 0,05$, ada pengaruh signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai probabilitas-statistik = $0,000 < Level\ of\ Significant = 0,05$, ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap loyalitas nasabah, dan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Zhitung statistik = $2,74867 > 1,96$ dan pada $Level\ of\ Significant = 0,05$, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) secara signifikan mempunyai pengaruh tak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi nasabah merasakan kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan maka tingkat kepuasan akan tinggi. Kepuasan memiliki dampak positif terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi nasabah merasakan kepuasan terhadap kualitas pelayanan (*service quality*) maka loyalitas akan tinggi. Kualitas pelayanan (*service quality*) memiliki dampak positif terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi nasabah merasakan kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap bank maka loyalitas nasabah akan tinggi. Kualitas pelayanan (*service quality*) memiliki dampak positif secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan. Hal ini dapat diartikan bahwa pentingnya kualitas pelayanan (*service quality*) untuk dikembangkan lebih baik dalam memaksimalkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Kata Kunci : *Service Quality*, Kepuasan, Loyalitas.