

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Citra, Persepsi Kualitas Layanan, dan Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Cabang UGM Yogyakarta. Sampel penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Cabang Yogyakarta sebanyak 80 responden. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden menyatakan baik terhadap Citra sebesar 78,75%, Kepuasan sebesar 81,25%, Persepsi Kualitas Layanan sebesar 72,50%, dan sebesar Loyalitas 90%. Alat analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* yaitu *Structural Equation Modeling* yang berbasis *variance*. Adapun hasil dari penelitian ini memberikan bukti bahwa: (1). Persepsi Kualitas Layanan dan Kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas dengan nilai  $R^2$  sebesar 81,20%; (2) Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Kualitas Layanan sebesar 0,881 ( $t_{\text{Statistik}} = 48,712$ ); (3) Persepsi Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan sebesar 0,962 ( $t_{\text{Statistik}} = 162,44$ ); (4) Persepsi Kualitas Layanan tidak terbukti berpengaruh terhadap Loyalitas sebesar 0,036 ( $t_{\text{Statistik}} = 0,260$ ); (5) Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas sebesar 0,866 ( $t_{\text{Statistik}} = 6,410$ ). Perlu dicermati bahwa tidak berpengaruhnya Persepsi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah disebabkan karena persoalan kondisi persaingan saat ini, dimana nasabah memiliki opsi yang banyak untuk menentukan pilihan kualitas layanan yang sesuai dengan harapannya. Oleh karena itu pengaruh kualitas layanan sangat ditentukan oleh kuatnya persaingan jasa perbankan yang ada.