

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Di Bank SulutGo Capem Mopuya

Putri Ester Potu¹, Riane Johnly Pioh¹, Joula Jety Rogahang¹

¹ Ilmu Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi

* Email: putripotu9@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service quality on customer satisfaction and customer loyalty at Bank SulutGo Capem Mopuya. The research method used is quantitative research. Data collection techniques used were questionnaires distributed to respondents. The sample in this study consisted of 100 customers of Bank SulutGo Capem Mopuya. Data analysis used Partial Least Squares (PLS) with the assistance of SmartPLS 4 software. The results showed that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty. In addition, customer satisfaction also has a positive and significant effect on customer loyalty. Furthermore, service quality indirectly affects customer loyalty through customer satisfaction as a mediating variable. The findings also indicate that service quality contributes moderately in explaining customer satisfaction and has a considerable contribution in explaining customer loyalty. Therefore, it can be concluded that improving service quality is essential in increasing customer satisfaction and strengthening customer loyalty at Bank SulutGo Capem Mopuya.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah pada Bank SulutGo Capem Mopuya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel penelitian berjumlah 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan program SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah. Selain itu, kepuasan nasabah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Nilai R-Square menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan nasabah dalam kategori moderat dan memiliki kontribusi yang cukup dalam menjelaskan loyalitas nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat loyalitas nasabah pada Bank SulutGo Capem Mopuya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Industri perbankan memiliki peranan penting dalam menunjang pembangunan ekonomi melalui fungsi intermediasi, yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada pihak yang membutuhkan. Perkembangan teknologi dan digitalisasi mendorong bank untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah yang semakin tinggi. Layanan seperti mobile banking, internet banking, dan pembayaran digital menjadi bagian penting dalam persaingan industri perbankan saat ini.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam mempertahankan nasabah. Nasabah tidak hanya menilai bank dari sisi keamanan dan suku bunga, tetapi juga dari kecepatan pelayanan, kemudahan transaksi, keramahan pegawai, dan keandalan sistem layanan elektronik. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan nasabah dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank.

Persaingan antarbank di Indonesia semakin ketat dengan hadirnya layanan keuangan berbasis teknologi seperti OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay. Kondisi ini menjadi tantangan bagi bank konvensional, termasuk Bank SulutGo, untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan. Sebagai Bank Pembangunan Daerah, Bank SulutGo memiliki peran penting dalam menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat, termasuk di wilayah pedesaan. Namun, bank daerah masih menghadapi keterbatasan dalam aspek teknologi, sumber daya manusia, dan infrastruktur pelayanan.

Bank SulutGo Capem Mopuya merupakan salah satu kantor layanan yang beroperasi di wilayah pedesaan. Berdasarkan observasi awal, masih terdapat beberapa permasalahan pelayanan seperti waktu tunggu yang cukup lama, keterbatasan jumlah pegawai pada jam sibuk, serta gangguan layanan elektronik seperti ATM yang mengalami error. Selain itu, pemanfaatan layanan digital perbankan oleh masyarakat juga belum optimal karena keterbatasan pemahaman nasabah dan kondisi jaringan internet yang belum stabil. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah.

Hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah telah banyak diteliti sebelumnya. Namun, hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan temuan, terutama terkait peran kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Research gap tersebut menunjukkan bahwa penelitian pada konteks Bank Pembangunan Daerah di wilayah pedesaan masih perlu dilakukan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah pada Bank SulutGo Capem Mopuya. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji peran kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif-verifikatif. Penelitian dilakukan di Bank SulutGo Capem Mopuya, Kabupaten Bolaang Mongondow, Sulawesi Utara. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah aktif Bank SulutGo Capem Mopuya yang telah menjadi nasabah minimal 6 bulan dan aktif melakukan transaksi dalam 3 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden berdasarkan pedoman "10 times rule" pada analisis PLS-SEM. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-5 untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Teknik analisis data menggunakan (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS, yang meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis outer model, inner model, serta uji hipotesis melalui bootstrapping.

HASIL DAN PEMBAHASAN

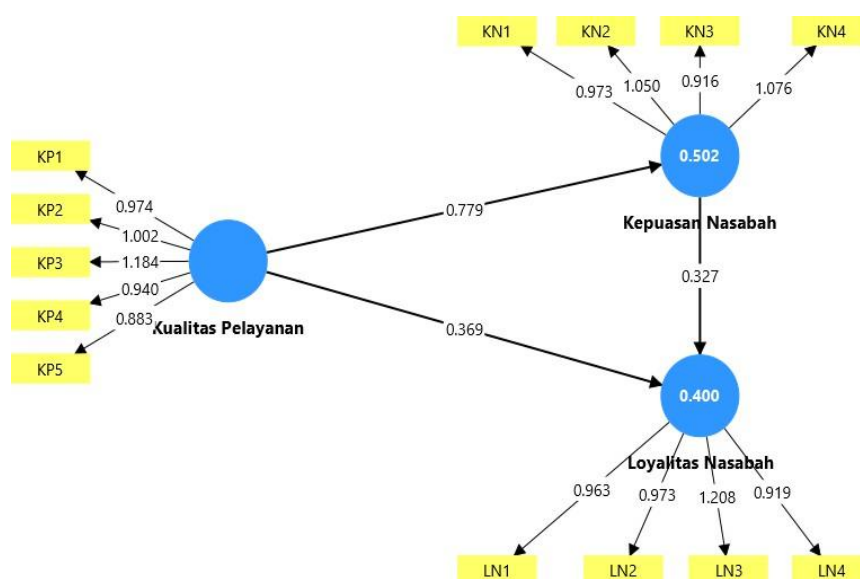
Path Coeficient

Tabel 2 Nilai Path Coeficient, T-Statistic, dan P-Values

	Original Sample (O)	T-Statistic (O/STDEV)	P-Values	Keterangan
Kualitas Pelayanan-> Kepuasan Nasabah	0.779	7.426	0.000	Berpengaruh Positif
Kualitas Pelayanan-> Loyalitas Nasabah	0.624	4.382	0.000	Berpengaruh Positif
Kepuasan Nasabah -> Loyalitas Nasabah	0.327	2.137	0.033	Berpengaruh Positif

Sumber: Data Olahan Smart PLS 4 (2026)

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai p-value sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga Hipotesis 1 diterima. Selanjutnya, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai p-value sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga Hipotesis 2 diterima. Selain itu, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai p-value sebesar $0,033 < 0,05$, sehingga Hipotesis 3 juga diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Bank SolutGo Capem Mopuya, maka akan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.



Gambar 1 Koefisien Jalur

Sumber: Data Olahan Smart PLS 4 (2026)

Pengujian Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y1) Berdasarkan Tabel 2, diketahui nilai t-statistics sebesar 7,426 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,96, serta nilai p-values sebesar 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variable

- Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y1). Nilai koefisien sebesar 0,779 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 77,9%. Dengan demikian, hipotesis H1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah” diterima.
2. Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y2) Berdasarkan Tabel 2, diketahui nilai t-statistics sebesar 4,382 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,96, serta nilai p-values sebesar 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H2 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y2). Nilai koefisien sebesar 0,624 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 62,4%. Dengan demikian, hipotesis H2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah” diterima.
 3. Terdapat Pengaruh Kepuasan Nasabah (Y1) secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y2) Berdasarkan Tabel 2, diketahui nilai t-statistics sebesar 2,137 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,96, serta nilai p-values sebesar 0,033 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H3 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepuasan Nasabah (Y1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y2). Nilai koefisien sebesar 0,327 menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 32,7%. Dengan demikian, hipotesis H3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah” diterima.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank SulutGo Capem Mopuya Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank SulutGo Capem Mopuya. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Pelayanan yang cepat, ramah, akurat, serta mampu memberikan rasa aman dalam bertransaksi menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Temuan ini sejalan dengan teori Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan melalui dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan nasabah pada sektor perbankan.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank SulutGo Capem Mopuya Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank SulutGo Capem Mopuya. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank, maka semakin tinggi loyalitas nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank tersebut. Pelayanan yang konsisten, profesional, cepat, dan dapat dipercaya mampu menciptakan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Temuan ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2016) serta Tjiptono dan Chandra (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan komitmen dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi strategi penting bagi bank dalam mempertahankan nasabah di tengah persaingan industri perbankan.
3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di Bank SulutGo Capem Mopuya Work-life Balance atau keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Ketika karyawan mampu untuk membagi waktu dan energi mereka antara pekerjaan dan kehidupan pribadi dengan menyeimbangkan antara tanggung jawab dalam pekerjaan dan kehidupan pribadinya maka akan menciptakan suasana kerja yang menyenangkan sehingga akan meningkatkan kinerja karyawan menjadi lebih produktif. Penelitian ini

memberikan hasil bahwa Lingkungan Kerja memiliki pengaruh terhadap Kinerja Karyawan, ditandai dengan hasil yang diperoleh dalam uji t-statistic dimana H3 dinyatakan diterima karena Work-life Balance memiliki pengaruh terhadap Kinerja Karyawan. Dengan adanya keseimbangan antara kehidupan kerja dengan kehidupan pribadi yang baik, work-life balance, maka akan meningkatkan kinerja yang dimiliki karyawan. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Saina, Pio dan Rumawas (2016) yang juga menemukan bahwa Work-life Balance berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, penelitian ini menyimpulkan tiga hal utama. Pertama, Social Media Marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada JCO Coffee & Donuts Megamall Manado, yang menunjukkan bahwa aktivitas media sosial belum mampu secara langsung mendorong keputusan pembelian konsumen. Kedua, Social Media Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Advertising, yang menunjukkan bahwa penerapan Social Media Marketing yang optimal mampu meningkatkan efektivitas kegiatan periklanan perusahaan. Ketiga, Advertising berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, yang menunjukkan bahwa Advertising yang menarik dan persuasif mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Secara struktural, Advertising terbukti berperan sebagai variabel mediasi penuh yang menghubungkan Social Media Marketing dengan Keputusan Pembelian Konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan Social Media Marketing dalam mendorong keputusan pembelian sangat bergantung pada dukungan Advertising yang efektif. Oleh karena itu, disarankan bagi JCO Coffee & Donuts Megamall Manado untuk terus mengembangkan konten media sosial yang kreatif sekaligus memperkuat strategi Advertising agar mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen secara berkelanjutan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian pada industri lain serta menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, harga, dan kepercayaan konsumen untuk memperkaya pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Akseptori, A., & Bobsaid, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas di Sektor Jasa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(3), 155–167.
- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. *Marketing Science*, 12(2), 125–143.
- Beii, L. T., & Chiao, Y. C. (2001). An Integrated Model for the Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 14, 125–140.
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty: The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811–828.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Dick, A. S., & Basui, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113.
- Geisei, J. L., & Cotei, J. A. (2010). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 1(1), 1–24.
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It* (2nd ed.). Jossey-Bass.
- Griffin, J. (2016). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it* (Revised ed.). Jossey-Bass.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.

- Hasan, A. (2021). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Ceintair for Academic Publishing Service).
- Heisekitt, J. L., Jones, T. O., Loveiman, G. W., Sasseir Jr., W. E., & Schleisinger, L. A. (1994). Putting the Service-Profit Chain to Work. *Harvard Business Review*, 72(2), 164–174.
- Jones, M. A., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2000). Switching Barriers and Repurchase Intentions in Services. *Journal of Retailing*, 76(2), 259–274.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Langi, J., & Tuimbel, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank SuLuitGo di Manado. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–56.
- Lovejoy, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). Pearson Education.
- Luipiyadi, R. (2017). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi* (Edisi 3). Salemba Empat.
- Marlina, R., & Setiawan, A. (2023). Pengaruh Faktor Emosional dalam Pembentukan Kepuasan Nasabah Bank Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 134–148.
- Muhammad, D., & Tameingkeil, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 88–100.
- Oliveir, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Oliveir, R. L. (1999). Wherein consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44.
- Oliveir, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd ed.). Routledge.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Statistik Perbankan Indonesia*. Jakarta: OJK.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rahman, F. (2021). Pengaruh SERVQUAL terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Nagari. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 77–89.
- Reichheld, F. F., & Sasseir, W. E. (1990). Zero Defections: Quality Comes to Services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105–111.
- Rondonuwu, R., & Langi, R. (2022). Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank di Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 995–1007.
- Rust, R. T., & Zahorik, A. J. (1993). Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share. *Journal of Retailing*, 69(2), 193–215.
- Sari, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BRI dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 22–35.
- Seityawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jatim. *Jurnal Riset Manajemen*, 6(2), 101–113.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2021). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, quality & customer satisfaction* (Edisi terbaru). Andi Offset.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1990). Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations. *Free Press*.