

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA BANK
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
NASABAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus Nasabah Giro PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
KCP PANAM)**



OLEH:

Yuli Astuti Khandra

NPM: 2410018212021

**PROGRAM STUDI MAGISTER SAINS MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA BANK TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus Nasabah Giro PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
KCP PANAM)**

Oleh :

YULI ASTUTI KHANDRA

2410018212021

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Pada tanggal 06 September 2025

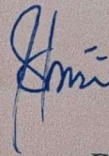
Menyetujui :

Pembimbing I,



Sefnedi S.E, M.M, Ph.D

Pembimbing II,



Dahliana Kamener, BS, MBA, Ph.D

Ketua Program Studi,



Reni Yuliviona, S.E, M.M, Ph.D

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA BANK TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus Nasabah Giro PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
KCP PANAM)**

Oleh :

YULI ASTUTI KHANDRA

2410018212021

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Pada tanggal 06 September 2025

Ketua

Sefnedi S.E, M.M, Ph.D

Anggota,

Dr. Fivi Anggraini, S.E, M.Si, Ak, CA

Sekretaris

Dahliana Kamener, BS, MBA, Ph.D

Anggota,

Reni Yuliviona, S.E. M.M. Ph.D

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Magister Sains Manajemen pada tanggal 04 Juli 2025

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

Dekan,



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : YULI ASTUTI KHANDRA

NPM : 2410018212021

Program Studi : Magister Sains Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi, (Studi Kasus Nasabah Giro PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam)

Yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Magister Sains Manajemen pada program konsentrasi Manajemen Pemasaran Program Pascasarja Universitas Bung Hatta. Sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tesis yang telah dipublikasikan sebelumnya dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Magister Sains Manajemen dalam lingkungan Universitas Bung Hatta maupun diperguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila dikemudian hari ternyata tidak sesuai dengan pernyataan diatas, maka penulis bersedia menerima sanksi yang dikenakan.

Padang, 12 September 2025

Penulis,



YULI ASTUTI KHANDRA

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, karunia, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Bank terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam).”** Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, suri tauladan sepanjang zaman, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir hayat. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar **Magister Sains Manajemen (M.Si)** pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Penulis menyadari bahwa penyelesaian tesis ini bukanlah hal yang mudah, melainkan melalui proses panjang yang penuh tantangan, baik berupa hambatan teknis maupun non-teknis. Namun, berkat doa, dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya karya ilmiah ini dapat terselesaikan.

Dengan penuh kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. **Rektor Universitas Bung Hatta, Prof. Dr. Diana Kartika; Wakil Rektor I, Prof. Dr. Pasymi, S.T., M.T.; Wakil Rektor II, Dr. Fivi Anggraini, S.E., M.Si., Ak., CA; serta Wakil Rektor III, Dr. Zulherman, S.T., M.Sc.,** yang telah memberikan kesempatan, arahan, serta dukungan dalam proses penyelesaian studi ini.
2. **Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si.,** yang telah memberikan fasilitas akademik, bimbingan, dan suasana pembelajaran yang kondusif sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada Program Magister Sains Manajemen Universitas Bung Hatta.
3. **Pembimbing Utama, Sefnedi S.E, M.M, Ph.D., dan Pembimbing Pendamping, Dahliana Kamener, BS, MBA, PhD.,** yang telah dengan sabar membimbing, meluangkan waktu, serta memberikan arahan, kritik, dan saran yang sangat berharga dalam proses penyusunan tesis ini.
4. **Penguji I, Reni Yuliviona, S.E., M.Si., Ph.D., dan Penguji II, Dr. Fivi Anggraini, S.E., M.Si., Ak., CA,** atas kesediaannya memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat berarti demi kesempurnaan tesis ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Magister Sains Manajemen Universitas Bung Hatta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan motivasi akademik selama menempuh pendidikan.
6. Pimpinan dan staf **PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam,** yang telah memberikan izin penelitian, data, dan informasi yang dibutuhkan, sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik.

7. Para responden, yaitu **nasabah giro BRI KCP Panam**, yang telah meluangkan waktu berpartisipasi mengisi kuesioner, sehingga penelitian ini dapat berjalan sesuai rencana.
8. Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Ibu, yang tidak henti-hentinya memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan pengorbanan tiada tara. Semoga Allah SWT membalas dengan pahala dan keberkahan yang berlipat ganda.
9. Saudara-saudari penulis serta keluarga besar yang senantiasa menjadi sumber semangat dan motivasi, yang selalu mendoakan serta mendukung dalam suka dan duka.
10. Rekan-rekan seperjuangan di Program Magister Sains Manajemen Universitas Bung Hatta angkatan 2024/2025, atas kebersamaan, diskusi, doa, dan dukungan moral yang sangat berarti.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai tambahan khazanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen perbankan, maupun sebagai bahan pertimbangan praktis bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam.

Akhir kata, semoga segala bentuk bantuan, dukungan, doa, dan pengorbanan yang telah diberikan semua pihak menjadi amal jariyah dan mendapat balasan terbaik dari Allah SWT, Aamiin.

Padang, September 2025
Hormat penulis,

Yuli Astuti Khandra
NPM: 2410018212021

ABSTRAK

**Yuli Astuti Khandra
(2410018212021):**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH
DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus Nasabah Giro PT
Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP PANAM)**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fluktuasi jumlah nasabah giro di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam, yang mengalami peningkatan pada tahun 2023 namun menurun signifikan pada tahun 2024. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya penurunan loyalitas nasabah giro yang perlu ditelusuri penyebabnya, terutama terkait kualitas pelayanan, citra bank, dan kepuasan nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra bank terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah giro, serta menguji peran kepuasan sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode sensus, melibatkan seluruh populasi nasabah giro aktif tahun 2024 sebanyak 198 orang. Data dikumpulkan melalui angket berbasis skala Likert dan dianalisis menggunakan SPSS v.27 serta SmartPLS v.3 dengan uji measurement model dan structural model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas maupun kepuasan nasabah; (2) citra bank berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah; (3) kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah; (4) kepuasan tidak memediasi hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas; dan (5) kepuasan terbukti memediasi hubungan citra bank dengan loyalitas. Temuan ini menegaskan bahwa citra bank dan kepuasan merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas nasabah giro di BRI KCP Panam, sementara kualitas pelayanan belum mampu memberikan dampak signifikan. Penelitian ini merekomendasikan agar manajemen meningkatkan kepuasan nasabah melalui perbaikan pengalaman layanan serta memperkuat citra positif perusahaan guna mempertahankan basis nasabah di tengah persaingan perbankan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, citra bank, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, giro, perbankan

ABSTRACT

Yuli Astuti Khandra (2410018212021) : *The Influence of Service Quality and Bank Image on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable (A Case Study on Customers of PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, KCP Panam)*

This study is motivated by fluctuations in the number of checking account customers at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam, which increased in 2023 but declined significantly in 2024. This condition indicates a decrease in customer loyalty that needs to be further examined, particularly in relation to service quality, bank image, and customer satisfaction. The purpose of this research is to analyze the influence of service quality and bank image on customer satisfaction and loyalty, as well as to examine the mediating role of customer satisfaction. This research employs a quantitative approach with a census method, involving the entire population of active checking account customers in 2024, totaling 198 respondents. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed with SPSS v.27 and SmartPLS v.3 through measurement model and structural model testing. The findings reveal that service quality has no significant effect on either customer satisfaction or loyalty. In contrast, bank image has a significant effect on both satisfaction and loyalty, while customer satisfaction itself significantly affects loyalty. Furthermore, customer satisfaction does not mediate the relationship between service quality and loyalty, but it does mediate the relationship between bank image and loyalty. These results emphasize that bank image and customer satisfaction are the main factors in building checking account customer loyalty at BRI KCP Panam, while service quality does not provide a significant impact. The study recommends that management enhance customer satisfaction through improved service experiences and strengthen the bank's positive image in order to maintain its customer base amidst increasing competition in the banking industry.

Keywords: *Service quality, bank image, customer satisfaction, customer loyalty, current account, banking*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1. Kajian Literatur.....	14
2.1.1 Loyalitas Nasabah	14
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Nasabah	14
2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah	17
2.1.2 Kepuasan Nasabah	19
2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah	19
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	21
2.1.3 Kualitas Pelayanan	23
2.1.4 Citra Bank	29
2.1.4.1. Pengertian Citra Bank	29
2.1.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Bank	31
2.2. Pengembangan Hipotesis.....	34
2.2.1. Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah	35
2.2.2. Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah.....	36
2.2.3. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah	37
2.2.4. Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah.....	38
2.2.5. Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.....	39

2.2.6. Kepuasan Nasabah Memediasi Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah	40
2.2.7. Kepuasan Nasabah Memediasi Hubungan Antara Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah	41
2.3. Model Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Jenis Penelitian	44
3.2. Objek, Populasi Dan Sampel Penelitian	44
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4. Definisi dan Operasional Variabel	46
3.4.1. Loyalitas Nasabah	46
3.4.2. Kepuasan Nasabah	46
3.4.3. Kualitas Pelayanan	47
3.4.4. Citra Bank	48
3.5. Teknik analisa data	48
3.5.1. <i>Measurement Model Assessment</i>	48
3.5.2. Analisis Deskriptif.....	49
3.5.3. <i>R Square</i> dan <i>Q Square</i>	51
3.5.4. Structural Model Assesment	51
3.6. Tipe-Tipe Mediasi.....	52
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Hasil Analisis	53
4.1.1. Respon Rate	53
4.1.2. Profil Responden.....	54
4.1.3. <i>Measurement Model Assessment</i>	55
4.1.4. Analisis Deskriptif	62
4.1.5. Analisis <i>R Square</i> dan <i>Q Square</i>	69
4.1.6. Structural Model Assessment	70
4.2. Pembahasan	74
4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.....	74
4.2.2 Pengaruh Citra Bank terhadap Loyalitas Nasabah	75
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.....	76
4.2.4 Pengaruh Citra Bank terhadap Kepuasan Nasabah	77
4.2.5 Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.....	78

4.2.6 Kepuasan Nasabah Memediasi Hubungan Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah	79
4.2.7 Kepuasan Nasabah Memediasi Hubungan Antara Citra Bank dan Loyalitas Nasabah	80
BAB V PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Implikasi Penelitian.....	83
5.2.1 Implikasi Praktis	83
5.2.2 Implikasi Teoritis.....	85
5.3 Keterbatasan dan Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN I <i>MAPPING JURNAL</i>	97
LAMPIRAN II	108
ANGKET PENELITIAN	108
LAMPIRAN III.....	116
LAMPIRAN V	124
LAMPIRAN VI	133
LAMPIRAN VII.....	136
LAMPIRAN VIII	137

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nasabah BRI KCP Panam	4
Tabel 1.2 Fenomena Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam Periode 2025	5
Tabel 1.3 Perbedaan Penelitian	9
Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	50
Tabel 3.2 Kriteria R Square dan Q Square.....	51
Tabel 3.3 Tipe Pengujian Mediasi	52
Tabel 4.1 Respon Rate	53
Tabel 4.2 Profil Responden.....	54
Tabel 4.3 Hasil Outer Loadings (Tahap 1)	56
Tabel 4.4 Hasil Outer Loadings (Tahap 2)	58
Tabel 4.5 Hasil Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan AVE.....	59
Tabel 4.6 Hasil Fornell-Lacker Criterion.....	60
Tabel 4.7 Hasil Metode Cross Loadings	61
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah	62
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah	64
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	65
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Citra Bank	68
Tabel 4.12 Hasil Analisis R square (R^2)	69
Tabel 4.13 Hasil Analisis Q square (Q^2).....	70
Tabel 4.14 Hasil Structural Model Assessment.....	72
Tabel 4.15 Hasil Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Penelitian.....	43
Gambar 4.1 <i>Structural Model Assessment</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I MAPPING JURNAL_	97
LAMPIRAN II ANGKET PENELITIAN	108
KUISIONER.....	109
LAMPIRAN III.....	116
LAMPIRAN IV	121
LAMPIRAN V	124
LAMPIRAN VI	133
LAMPIRAN VII.....	136
LAMPIRAN VIII.....	137

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sistem keuangan merupakan tulang punggung utama dalam mendukung kestabilan dan pertumbuhan ekonomi global maupun nasional. Dalam era modern, aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dari sistem keuangan yang terstruktur dan efisien. Menurut Rusdiana (2018) fungsi utama sistem keuangan adalah sebagai media penghimpunan dana dari masyarakat, penyaluran dana ke sektor-sektor produktif, serta pengelolaan risiko keuangan dalam skala individu, korporasi, maupun negara. Efektivitas sistem ini memengaruhi kelancaran transaksi ekonomi, pembiayaan investasi dan distribusi kekayaan. Salah satu elemen paling sentral dalam sistem keuangan adalah lembaga perbankan, yang tidak hanya menyediakan fasilitas simpan pinjam, tetapi juga menjadi penghubung antara surplus dan defisit dana di masyarakat. Dalam konteks globalisasi dan digitalisasi ekonomi saat ini, peran lembaga perbankan menjadi semakin kompleks dan strategis, karena mereka juga dituntut mampu menjawab kebutuhan nasabah yang semakin dinamis dan berorientasi pada kecepatan, kenyamanan, serta keamanan transaksi keuangan (Saputra & Nurjihadi, 2023). Oleh sebab itu, kualitas pengelolaan sistem keuangan, terutama di sektor perbankan, memiliki dampak langsung terhadap kinerja ekonomi suatu negara maupun kesejahteraan masyarakat secara luas.

Namun demikian, seiring dengan dinamika ekonomi dan perkembangan teknologi informasi, fungsi bank tidak lagi terbatas pada kegiatan administratif semata. Bank modern kini dituntut untuk memberikan layanan yang responsif,

adaptif, dan berkualitas tinggi demi menjaga daya saing serta mempertahankan loyalitas nasabah (Purnomo, 2019). Transformasi ini mencerminkan pergeseran orientasi bank dari sekadar lembaga keuangan menjadi penyedia solusi keuangan yang berorientasi pada kepuasan dan kenyamanan nasabah. Dalam konteks inilah, kualitas pelayanan dan citra lembaga perbankan menjadi faktor kunci dalam menentukan keberlangsungan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah (Mada et al., 2022).

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk atau BRI merupakan salah satu bank milik negara yang memiliki posisi strategis dalam sistem perbankan nasional. Sejak awal pendiriannya, BRI memfokuskan layanannya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai bentuk komitmen untuk mendukung pembangunan ekonomi kerakyatan (Kurniawan & Gitayuda, 2023). Dalam menjalankan fungsi intermediasi, BRI menyediakan beragam produk simpanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik nasabah. Tiga jenis produk simpanan utama yang ditawarkan BRI antara lain adalah tabungan, deposito, dan giro. Tabungan merupakan produk yang umum digunakan oleh individu untuk menyimpan dana secara aman dengan akses fleksibel. Sementara itu, deposito ditujukan bagi nasabah yang ingin menyimpan dana dalam jangka waktu tertentu dan memperoleh imbal hasil yang relatif lebih tinggi (Hasriani et al., 2025). Di sisi lain, produk giro memiliki fungsi yang lebih spesifik, yaitu memberikan fleksibilitas transaksi keuangan dalam volume dan frekuensi yang tinggi. Giro menjadi pilihan utama bagi pelaku usaha, instansi, maupun individu dengan kebutuhan transaksi harian yang intensif, seperti pembayaran via cek, bilyet giro, atau transfer antar rekening (Saputra & Nurjihadi, 2023). Dibandingkan jenis

simpanan lainnya, giro menawarkan kemudahan pengelolaan dana melalui fasilitas cash management system, internet banking, dan integrasi layanan digital. Dengan karakteristik tersebut, giro menjadi cerminan dari kebutuhan nasabah modern yang menginginkan layanan keuangan yang cepat, efisien, dan terintegrasi dengan aktivitas bisnis.

Pemilihan giro sebagai fokus dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristiknya yang merepresentasikan segmen nasabah aktif dengan intensitas transaksi harian yang tinggi. Produk giro umumnya dimanfaatkan oleh nasabah dengan kebutuhan transaksi yang dinamis, seperti pelaku usaha, institusi, dan individu profesional yang mengandalkan kecepatan serta fleksibilitas layanan perbankan. Oleh karena itu, giro dapat dijadikan indikator konkret dalam mengukur loyalitas nasabah, karena mencerminkan keterikatan berkelanjutan terhadap layanan bank. Fluktuasi dalam jumlah rekening aktif, volume transaksi, maupun frekuensi penggunaan layanan giro mencerminkan tingkat kenyamanan, kepuasan, dan kepercayaan nasabah terhadap bank. Konsistensi penggunaan produk giro, meskipun tersedia berbagai alternatif dari lembaga keuangan lain, merupakan indikasi terbentuknya loyalitas berbasis pengalaman positif dan persepsi yang kuat terhadap kualitas layanan.

Analisis terhadap nasabah giro tidak hanya relevan dari sisi praktis, tetapi juga memiliki signifikansi teoritis dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah di tengah persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif dan digital. Meskipun giro memegang peran penting dalam mendukung aktivitas keuangan harian nasabah, data internal dari PT Bank Rakyat

Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam menunjukkan dinamika yang mengindikasikan potensi permasalahan loyalitas.

Tabel 1.1 Data Nasabah BRI KCP Panam

Tahun	Jumlah Nasabah	
	Giro	Perkembangan (%)
2021	220	-
2022	217	(1,3)
2023	240	10,5
2024	198	(17,5)

Sumber: Data internal BRI KCP Panam (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam dalam kurun waktu empat tahun, dari 2021 hingga 2024 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2021, jumlah nasabah giro tercatat sebanyak 220 orang. Kemudian pada tahun 2022 terjadi penurunan sebesar 1,3%, menjadi 217 orang. Namun pada tahun 2023 jumlah nasabah giro meningkat sebesar 10,5%, mencapai 240. Akan tetapi, pada tahun 2024 jumlah nasabah kembali mengalami penurunan sebesar 17,5%, atau menjadi 198 orang. Terjadinya penurunan jumlah nasabah di tahun terakhir merupakan fenomena loyalitas nasabah semakin menurun. Penurunan jumlah nasabah giro ini menjadi dasar bagi penulis untuk menjadikan giro sebagai bahan penelitian lebih lanjut.

Selain data historis giro, indikator lain yang memperkuat dugaan permasalahan loyalitas nasabah adalah hasil pra-survei yang dilakukan terhadap nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam. Survei ini dilakukan untuk mengukur tingkat loyalitas berdasarkan persepsi dan sikap nasabah terhadap layanan dan citra bank yang mereka alami secara langsung. Hasil survei dari 32 sampel menunjukkan bahwa skor rata-rata loyalitas nasabah berada pada

angka 3,21 atau range TCR 64,22%, yang dikategorikan dalam tingkat “cukup baik”, namun belum mencapai tingkat optimal. Berikut disajikan hasil ringkas dari survei tersebut:

Tabel 1.2 Fenomena Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam Periode 2025

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor Total	Rata-rata	TCR
1	Mengajak rekan atau keluarga untuk menggunakan giro	3	5	11	10	3	101	3,16	63,13%
2	Merekomendasikan Giro kepada pihak lain	2	4	13	8	5	106	3,31	66,25%
3	Jika memiliki kebutuhan layanan perbankan di masa depan, tetap memilih giro	2	5	12	9	4	104	3,25	65,00%
4	Akan terus menggunakan giro di masa yang akan datang	1	7	14	8	2	99	3,09	61,88%
5	Tidak akan beralih ke bank lain	1	6	15	5	5	103	3,22	64,38%
6	Akan membela jika ada informasi negatif	0	8	11	10	3	104	3,25	65,00%
7	Mengatakan hal-hal positif	1	6	15	6	4	102	3,19	63,75%
8	Merasa senang berbagi informasi tentang giro kepada orang lain	0	6	15	9	2	103	3,22	64,38%
	Rata-rata							3,21	64,22%

Sumber: Hasil Survey 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat pada item nomor 4 yaitu pernyataan “akan terus menggunakan giro di masa yang akan datang” terdapat 7 responden menjawab tidak setuju dan 14 responden bersikap netral. Kemudian pada item pernyataan “akan membela jika ada informasi negatif” terdapat 8 responden menjawab tidak setuju

dan 11 responden netral. Dari kedua item pernyataan tersebut dapat dilihat fenomena bahwa masih kurangnya loyalitas nasabah karena keadaan yang tidak puas terhadap kualitas pelayanan. Temuan ini memperkuat data kuantitatif sebelumnya terkait fluktuasi giro. Meskipun loyalitas nasabah berada dalam kategori sedang, namun nilai tersebut belum menunjukkan keterikatan yang kuat dan berkelanjutan. Skor di bawah 70% menunjukkan bahwa masih terdapat kelemahan dalam aspek pelayanan, citra, maupun upaya peningkatan kepuasan yang mendorong loyalitas jangka panjang. Jika kondisi ini tidak ditindaklanjuti melalui strategi yang tepat, maka loyalitas yang ini dapat dengan mudah tergeser oleh persaingan dari lembaga keuangan lain yang lebih agresif dalam pelayanan dan promosi.

Dalam konteks industri perbankan yang semakin kompetitif dan dinamis, loyalitas nasabah bukan sekadar tujuan akhir dari kegiatan pemasaran, melainkan merupakan aset strategis yang sangat menentukan keberlangsungan operasional jangka panjang lembaga keuangan. Loyalitas tidak hanya mencerminkan keterikatan emosional nasabah terhadap sebuah institusi, tetapi juga berdampak langsung pada stabilitas penghimpunan dana pihak ketiga, efisiensi biaya pemasaran, serta tingkat kepercayaan publik terhadap bank tersebut. Nasabah yang loyal cenderung mempertahankan hubungan perbankannya, menggunakan lebih dari satu produk layanan, dan secara sukarela merekomendasikan layanan tersebut kepada pihak lain.

Salah satu faktor paling menentukan dalam membentuk loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan responsif akan menciptakan pengalaman positif yang membentuk

persepsi dan kepuasan nasabah. Menurut model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi utama: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi ini saling melengkapi dalam membentuk persepsi nasabah terhadap mutu layanan yang mereka terima.

Selain itu, teori kualitas layanan dari Transistari (2024), menambahkan dua komponen penting dalam menilai kualitas pelayanan jasa, yaitu kualitas teknis (apa yang diberikan) dan kualitas fungsional (bagaimana layanan tersebut diberikan). Dalam konteks perbankan, kualitas pelayanan yang baik tidak hanya ditunjukkan dari kemampuan bank dalam menyelesaikan transaksi dengan akurat, tetapi juga dalam cara interaksi, komunikasi, dan kesigapan petugas bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Oleh karena itu, bank yang secara konsisten memberikan layanan berkualitas tinggi cenderung memiliki nasabah yang merasa puas dan bersedia menjalin hubungan jangka panjang.

Selain kualitas pelayanan, citra bank memainkan peran krusial dalam membentuk kepercayaan dan loyalitas nasabah. Citra mencerminkan persepsi masyarakat terhadap reputasi, nilai, dan identitas lembaga keuangan yang dibangun melalui pengalaman langsung maupun informasi tidak langsung. Menurut Carson (1991), citra korporat terbentuk dari kombinasi identitas perusahaan, komunikasi yang dilakukan, serta persepsi stakeholder terhadap kinerja institusi tersebut. Citra yang positif akan memperkuat kredibilitas bank dan meningkatkan keyakinan nasabah terhadap produk dan layanan yang ditawarkan.

Industri perbankan yang berbasis pada kepercayaan, citra yang baik merupakan aset tidak berwujud (*intangible*) yang sangat bernilai. Nasabah cenderung mempertimbangkan reputasi dan kredibilitas institusi sebelum memutuskan untuk menggunakan atau melanjutkan layanan perbankan. Sebuah bank dengan citra yang kuat akan dianggap lebih aman, profesional, dan dapat diandalkan, sehingga mendorong nasabah untuk bertahan dan tidak berpindah ke kompetitor, bahkan ketika terdapat penawaran menarik dari lembaga lain. Dengan demikian, menjaga dan memperkuat citra bank menjadi bagian penting dalam membangun loyalitas nasabah yang berkelanjutan.

Membangun loyalitas nasabah, kepuasan memegang peran sebagai jembatan penting yang menghubungkan antara kualitas pelayanan dan citra bank dengan loyalitas itu sendiri. Loyalitas tidak muncul secara otomatis hanya karena pelayanan yang baik atau citra institusi yang positif, tetapi terbentuk ketika kedua faktor tersebut mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi nasabah. Kepuasan merupakan hasil evaluasi subjektif nasabah atas pengalaman mereka berinteraksi dengan layanan dan Citra Bank. Ketika harapan terpenuhi baik dari segi teknis, emosional, maupun fungsional nasabah akan merasa puas, dan perasaan ini menjadi dasar kuat bagi munculnya loyalitas yang tulus dan berkelanjutan.

Dukungan terhadap posisi kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga diperkuat oleh sejumlah temuan empiris dalam penelitian terdahulu. Misalnya, Putu Mia Arini et al (2023), meneliti hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas, dan menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah sebagai mediator. Hal serupa juga ditunjukkan oleh Pratondo et al (2024),

yang menyelidiki pengaruh Citra Bank terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi, dan hasilnya menyatakan bahwa citra yang kuat hanya akan mendorong loyalitas apabila nasabah merasa puas terhadap layanan yang diterima.

Lebih lanjut, penelitian ini memperluas kajian dari penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Supriyanto et al., (2021) dan Nur et al., (2023), dengan menempatkan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan, Citra Bank, dan loyalitas nasabah. Perbedaan utama dalam penelitian ini terletak pada kombinasi variabel bebas yang mencakup baik kualitas pelayanan maupun citra bank, serta pada konteks objek penelitian yang secara khusus difokuskan pada nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam. Untuk memperjelas posisi dan kebaruan penelitian ini, berikut disajikan perbandingan desain penelitian dengan dua studi sebelumnya dalam Tabel 1.3.

Tabel 1.3 Perbedaan Penelitian

Variabel dan Objek	Supriyanto et al., (2021)	Nur et al., (2023)	Kosasih et al., (2024)	Penelitian Saat ini
Variabel Bebas	Kualitas Pelayanan	Citra Bank	Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan, Citra Bank
Variabel Mediasi	Kepuasan Nasabah	Kepuasan Nasabah	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Nasabah
Variabel Terikat	Loyalitas Nasabah	Loyalitas Nasabah	Loyalitas Pelanggan	Loyalitas Nasabah
Responden	Nasabah Bank di Lampung	Nasabah Bank di Makassar	Perusahaan industri petrokimia	Nasabah Bank BRI KCP Panam

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Tabel 1.3 menyajikan perbandingan antara penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian ini, ditinjau dari variabel yang digunakan dan objek penelitian. Penelitian Supriyanto et al., (2021) hanya memasukkan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas. Sementara itu, Nur et al., (2023) berfokus pada Citra Bank, dan

Kosasih et al., (2024) meneliti kualitas produk. Berbeda dengan ketiganya, penelitian ini memodifikasi atau memperluas penelitian sebelumnya dengan dua variabel bebas sekaligus, yaitu kualitas pelayanan dan Citra Bank, dengan tujuan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah. Dari sisi variabel mediasi dan terikat, seluruh penelitian yang dibandingkan sama-sama melibatkan kepuasan nasabah (atau pelanggan) sebagai variabel mediasi, serta loyalitas nasabah/pelanggan sebagai variabel terikat. Konsistensi ini mengindikasikan adanya pengakuan teoritis yang kuat atas peran kepuasan dalam membangun loyalitas dalam konteks layanan perbankan maupun industri lainnya.

Perbedaan juga terlihat pada objek penelitian. Supriyanto et al., (2021) meneliti nasabah bank di Lampung, Nur et al., (2023) meneliti nasabah di Makassar, dan Kosasih et al., (2024) menggunakan responden dari perusahaan industri petrokimia. Adapun penelitian ini secara khusus difokuskan pada nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi kontekstual terhadap studi loyalitas nasabah di sektor perbankan nasional, terutama pada level kantor cabang pembantu (KCP).

Seiring dengan adanya fenomena penurunan loyalitas nasabah yang tercermin dari data internal PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam selama tiga tahun terakhir, serta diperkuat oleh temuan pra-survei, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat urgensi baik secara praktis maupun teoretis untuk menelusuri lebih dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan citra bank terhadap loyalitas nasabah, dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Penelitian ini tidak hanya diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu

manajemen pemasaran jasa, tetapi juga memberikan manfaat praktis dalam membantu pihak bank merancang strategi pelayanan yang lebih tepat sasaran dan berorientasi pada kebutuhan nasabah secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini dipandang penting untuk dilakukan dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Bank terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia [Persero] Tbk KCP Panam).”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam?
2. Apakah citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam?
4. Apakah citra bank berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam?
5. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam?
6. Apakah kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam?

7. Apakah kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam.
2. Pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam.
4. Pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam.
5. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam.
6. Peran kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi dalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam.
7. Peran kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi dalam pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran jasa, dengan menambahkan pemahaman mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, citra bank, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.
- b) Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya literatur mengenai peran variabel mediasi kepuasan nasabah dalam memperkuat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam hal ini adalah loyalitas nasabah.

2. Manfaat Praktis

- a) Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan strategis oleh manajemen PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Panam dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan citra bank untuk memperkuat loyalitas nasabah, khususnya nasabah giro. Informasi hasil penelitian ini dapat menjadi dasar perumusan kebijakan yang lebih berfokus pada pengalaman dan kepuasan nasabah, sehingga mendorong peningkatan retensi serta memperkecil potensi perpindahan nasabah ke bank lain.
- b) Penelitian ini dapat menjadi referensi awal dan rujukan metodologis bagi peneliti lain yang ingin melakukan kajian serupa dengan konteks, lokasi, atau variabel berbeda. Terutama bagi peneliti yang tertarik mengembangkan model hubungan antara pelayanan, citra, kepuasan, dan loyalitas di sektor jasa keuangan atau sektor jasa lainnya.