



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN BIAYA TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN NASABAH KREDIT PADA BANK DANAMON SULAMPUA

Chiau Winarto¹, Rosnaini Daga^{2*}, Abdul Samad³

^{1, 2, 3} Institut Bisnis & Keuangan Nitro

*Correspondent Email: rosnaini.daga@gmail.com

Article History:

Received: 10-06-2024; Received in Revised: 20-07-2024; Accepted: 02-09-2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v7i2.2891>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan biaya terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah kredit pada Bank Danamon Sulampua. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan aplikasi Smart PLS 4.10 dalam proses pengolahan data selama periode penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Danamon Sulampua dan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampel purposive sampling. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Path, Uji Goodness-of Fit Test dan Pengujian Hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua, 2) Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua, 3) Biaya berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua, 4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua, 5) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua, 6) Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua, 7) Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua, 8) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua, 9) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua, dan 10) Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Harga, Biaya, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Abstract

This research aims to determine and analyze the influence of service quality, prices and costs on loyalty through credit customer satisfaction at Bank Danamon Sulampua. This research uses a quantitative descriptive method using the Smart PLS 4.10 application in the data processing process during the research period. The population in this study were Bank Danamon Sulampua customers

and the sample in this study used a purposive sampling method. The analysis method in this research uses Path Analysis, Goodness-of-Fit Test and Hypothesis Testing. The results of this research show that partially 1) Service quality has a positive and significant effect on Bank Danamon Sulampua customer loyalty, 2) Price has a positive but not significant effect on Bank Danamon Sulampua customer loyalty, 3) Cost has a positive but not significant effect on Bank Danamon customer loyalty Sulampua, 4) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Danamon Sulampua, 5) Price has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Danamon Sulampua, 6) Costs have a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Danamon Sulampua, 7) Customer satisfaction has an effect positive and significant influence on Bank Danamon Sulampua customer loyalty, 8) Service quality has a positive and significant influence on customer loyalty through Bank Danamon Sulampua customer satisfaction, 9) Price has a positive and significant influence on customer loyalty through Bank Danamon Sulampua customer satisfaction, and 10) Costs have an influence positive and significant towards customer loyalty through Bank Danamon Sulampua customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Price, Costs, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

1. Pendahuluan

Dunia perbankan saat ini menjadi salah satu industri bisnis yang sangat kompetitif yang mana dibangun atas dasar kepercayaan nasabah dan sangat di perlukan dalam aktifitas perekonomian nasional. Seperti di ketahui masyarakat, "Bank" di kenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro,tabungan, dan deposito. Selain itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Menurut Kasmir (2008:11) Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.

Jasa yang ditawarkan bank selain tempat menyimpan dana yang berlebih dari masyarakat adalah sebagai penyalur dana bagi masyarakat yang membutuhkan. Penyaluran dana ini dapat dihimpun kedalam bentuk pinjaman atau kredit.

Perkreditan merupakan salah satu aktivitas perbankan yang menjadi penghasilan terbesar bagi lembaga perbankan yang apabila diamati maka, sisi pendapatan terbesar bank adalah pendapatan bunga dan provisi dari pemberian kredit kepada debitur.

Kredit merupakan salah satu kegiatan Bank yang diutamakan. Peranan Bank sebagai lembaga keuangan tidak pernah lepas dari masalah kredit. Besarnya jumlah kredit yang disalurkan akan menentukan keuntungan Bank,oleh karena itu kredit harus dilakukan sebaik-baiknya agar tidak terjadi kredit macet. Menurut Suhardjono (2003:23) ada beberapa jenis kredit yang ada di Bank umum antara lain kredit konsumtif , kredit modal kerja dan kredit investasi yang masing-masing sudah diklasifikasikan menurut fungsi dan tujuan penggunannya. Kredit konsumtif yaitu kredit yang dipergunakan untuk pembelian barang tertentu bukan keperluan usaha (aktivitas produktif) melainkan untuk pemakaian (konsumsi) dan merupakan pinjaman yang bersifat nonrevolving.

Jenis kredit konsumtif misalnya Kredit pemilikan rumah ,Kredit pemilikan kendaraan , Kartu kredit (*credit card*) Kredit konsumtif lainnya. Kredit Modal Kerja adalah kredit yang digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya atau merupakan

kredit yang digunakan sebagai modal usaha. Adapun Kredit Investasi adalah kredit yang didapatkan baik buat kepentingan penambahan modal fungsi mengadakan rehabilitasi, perluasan usaha atau bisnis dan buat membangun satu proyek baru. Dengan kata lain, kredit investasi yaitu kredit yang dipakai buat membiayai barang modal perusahaan yang berjangka waktu menengah dan panjang.

Berikut tabel nasabah kreditur Bank Danamon Sulampua dalam satu tahun terakhir.

Tabel 1. Data Jumlah Nasabah Kredit Konsumtif Bank Danamon Sulampua

No	Bulan	Jumlah Nasabah
1	Desember 2022	244.000
2	Januari 2023	244.000
3	Februari 2023	246.000
4	Maret 2023	248.000
5	April 2023	248.000
6	Mei 2023	254.000
7	Juni 2023	260.000
8	Juli 2023	269.000
9	Agustus 2023	280.000
10	September 2023	285.000
11	Oktober 2023	294.000
12	November 2023	303.000
13	Desember 2023	313.000

Sumber : Bank Danamon Sulampua (2024)

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat perkembangan Nasabah Bank Danamon Sulampua selama satu tahun, Desember 2022 dan Januari 2023 jumlah nasabah tetap sama atau tidak ada peningkatan 244.000 Nasabah, Begitupun pada Bulan Maret dan April 2023 jumlah Nasabah juga tetap sama atau tidak ada peningkatan yaitu sebesar 248.000. Selanjutnya terjadi peningkatan Nasabah Setiap Bulan hingga Bulan Desember 2023 jumlah Nasabah Bank Danamon Sulampua sebesar 313.000 Nasabah.

Tabel 2. Data Jumlah Nasabah Kredit Modal Kerja Bank Danamon Sulampua

No	Bulan	Jumlah Nasabah
1	Desember 2022	798.000
2	Desember 2023	806.000

Sumber : Bank Danamon Sulampua (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 Dara Jumlah Nasabah Modal Kerja Bank Danamon bahwa dilihat bahwa pada per Desember 2022 sebesar 798.000, dan pada Desember 2023 sebesar 806.000, berarti terjadi peningkatan Nasabah. Bagi Bank, Kredit mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari pembelian fasilitas kredit dengan memperhatikan fasilitas yang diberikan kepada debitur. Namun jika dilihat dari fungsinya, kredit mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Para pengusaha menikmati kredit dari

bank untuk memperluas/memperketat usahanya, baik untuk peningkatan produksi, perdagangan, maupun usaha-usaha rehabilitasi ataupun usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Pengusaha yang memperoleh kredit tentu saja berusaha meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti meningkatkan profit. Dengan pendapatan yang terus meningkat, berarti pendapatan negara melalui pajak juga akan meningkat, penghasilan devisa bertambah, dan penggunaan devisa untuk urusan konsumsi berkurang, jadi, langsung atau tidak, melalui kredit pendapatan nasional akan bertambah.

Kepuasan nasabah menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk kedepannya atau mungkin ada beberapa hal yang harus dirubah atau dikembangkan karena pelanggan merasa kurang puas bahkan tidak puas dan dirugikan. Jika nasabah merasa tidak puas pastinya nasabah tidak akan kembali lagi dan bisa mengeluhkan rasa ketidakpuasannya terhadap perusahaan tersebut kepada nasabah lain. Hal ini akan menjadi ancaman terhadap perusahaan tersebut. Menurut Widodo dalam Wedarini (2012:28) menyatakan bahwa seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas.

Berlandaskan pertimbangan teoritis dan empiris sebagaimana telah dijelaskan di atas maka menarik untuk diteliti terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Danamon Sulampua.

2. Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian ini bersifat survey yaitu menganalisis fakta dan data-data yang menunjang keterangan yang diperlukan untuk mendukung pembahasan penelitian, dalam memecahkan dan menjawab pokok permasalahan yang diajukan yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Biaya terhadap terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah Kredit pada Bank Danamon Sulampua.

Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh nasabah Bank Danamon sekitar 330.000 Nasabah per Desember 2023. Dalam menentukan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan rumus Sovin. Secara matematis, rumus slovin dapat dituliskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1+(N \times e^2))}$$

Keterangan :

n = adalah jumlah sampel yang dicari

N = adalah jumlah populasi

e = adalah margin eror yang ditoleransi.

$$n = \frac{330.000}{(1+ (330.000 \times 0.1^2))}$$

$$n = 330.000 / (1+ 330.000 \times 0,01)$$

$$n = 330.000 / (1+3.300)$$

$$n = 99,969$$

Jadi Sampel dalam penelitian ini sebesar 99,969 atau dibulatkan menjadi 100 sampel nasabah Bank Danamon Cabang Makassar Sulampua.

Analisis dan pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif yaitu analisis data untuk memperoleh distribusi responden jawaban responden melalui ukuran mean, standar deviasi dan statistic inferensial melalui analisis strukctural eguition model (SEM) dengan Partial Least Square (SEM-PLS) untuk menganalisis pengaruh antar variabel. Software yang digunakan untuk analisis SEM PLS adalah program SmartPLS 4.0 for windows.

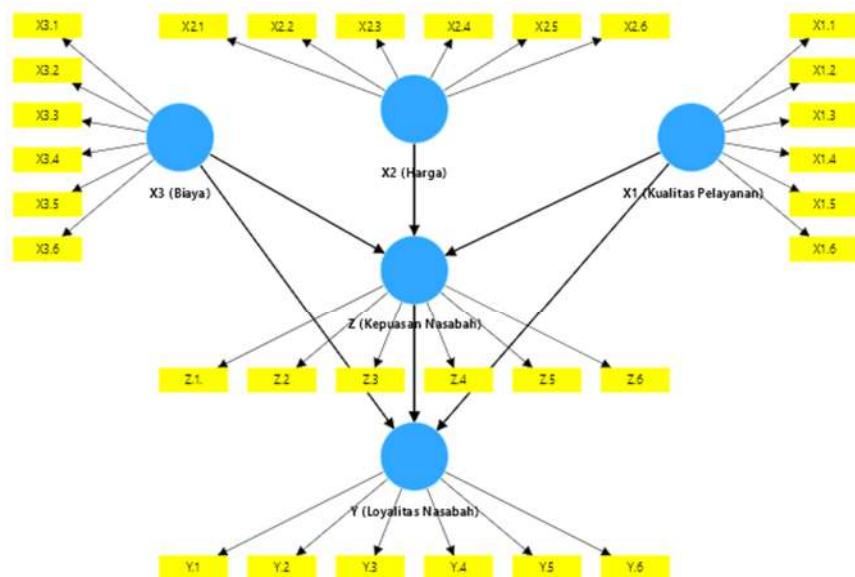
3. Hasil dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Dari hasil penelitian diperoleh hasil dari tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan, harga dan biaya terhadap loyalitas kepuasan nasabah. Variabel kualitas pelayanan (X_1) secara keseluruhan masuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 56,3%. Variabel harga (X_2) secara keseluruhan masuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 65,6%. Variabel kepuasan biaya (X^3) secara keseluruhan masuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 68,7%. Variabel kepuasan nasabah (Z) secara keseluruhan masuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 57,6%. Variabel loyalitas nasabah (Y) secara keseluruhan masuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 52,6%.

Analisis SEM-PLS

Dalam analisis data Structural Equation Modelling-Partial Least Structural (SEM-PLS) dengan menggunakan Software SmartPLS versi 4. Tahapan perhitungan PLS menggunakan 2 model yaitu Pengukuran Model (Outer Model) dan Pengujian Model Struktural (Inner Model).



Gambar 1. Outer Model Struktural Equation Modelling

Standar yang ditentukan pada model ini mengspesifikasikan hubungan antar variabel laten beserta indikatornya atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya.

Convergent validity merupakan bagian dari *measurement model* (model pengukuran) yang dalam SEM-PLS biasanya disebut sebagai *outer model* sedangkan dalam *covariance-based* SEM disebut *confirmatory factor analysis* (CFA) (Mahfud dan Ratmono, 2013:64). Terdapat dua kriteria untuk menilai apakah *outer model* (model pengukuran) memenuhi syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif, yaitu (1) *loading* harus di atas 0,7 dan (2) nilai *p* signifikan (<0,05) (Hair, et al. dalam Mahfud dan Ratmono, 2013:65).

Tabel 3. Uji Validitas *Loading Factor*

Variabel	Kualitas Pelayanan	Harga	Biaya	Kepuasan Nasabah	Loyalitas Nasabah
X1_1	0,923				
X1_2	0,889				
X1_3	0,923				
X1_4	0,926				
X1_5	0,883				
X1_6	0,906				
X2_1		0,876			
X2_2		0,905			
X2_3		0,880			
X2_4		0,902			
X2_5		0,875			
X2_6		0,878			
X3_1			0,874		
X3_2			0,919		
X3_3			0,938		
X3_4			0,912		
X3_5			0,895		
X3_6			0,829		
Z1_1				0,937	
Z1_2				0,907	
Z1_3				0,838	
Z1_4				0,929	
Z1_5				0,920	
Z1_6				0,922	
Y1_1					0,922
Y1_2					0,937
Y1_3					0,925
Y1_4					0,864
Y1_5					0,833
Y1_6					0,911

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan dari keseluruhan data tabel 3 di atas item pernyataan bernilai ≥ 0.70 dan dinyatakan sangat valid. Dapat disimpulkan bahwa semua indicator sudah valid dalam mengukur masing-masing variabel latennya.

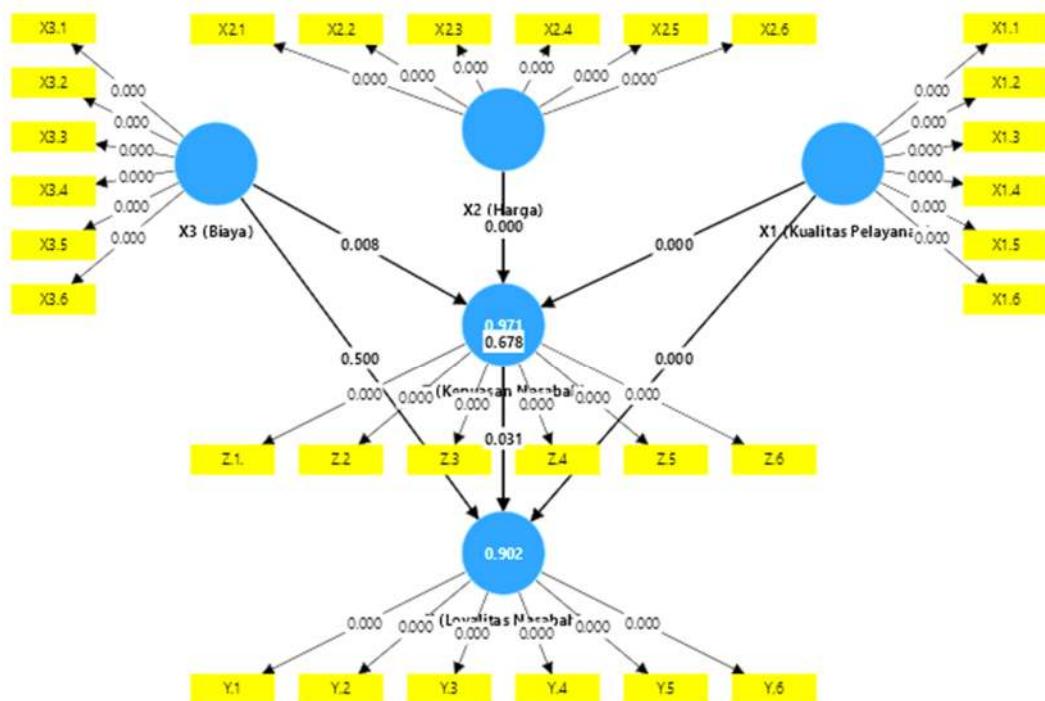
Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk model penelitian yang diajukan berdasarkan *composite reliability*, dan *cronbach's alpha* yang diuraikan dalam bentuk tabel sebagai berikut

Tabel 4. Nilai *Cross Loadings*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1 (Kualitas Pelayanan)	0,958	0,958	0,966	0,825
X2 (Harga)	0,946	0,950	0,956	0,785
X3 (Biaya)	0,950	0,950	0,960	0,801
Y (Loyalitas Nasabah)	0,952	0,957	0,962	0,809
Z (Kepuasan Nasabah)	0,958	0,959	0,966	0,827

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel pengujian realiabitas berdasarkan *Composite Reliability*, variabel kualitas pelayanan (X1) dengan *composite reliability* 0,958, variabel harga (X2) dengan nilai *composite reliability* 0,946, variable biaya (X3) dengan *composite reliability* 0,950, kepuasan kerja (Z) dengan nilai *composite reliability* 0,952, variabel loyalitas nasabah (Y) dengan nilai *composite reliability* 0,958.



Gambar 2. Inner Model Structural Equation Modelling

Uji R-Square

Pengujian R-square (R^2) merupakan cara untuk mengukur tingkat kebaikan suatu model struktural. Nilai Rsquare (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. Kriteria besarnya nilai R-square sebesar 0,75 dapat dikatakan bahwa model kuat, nilai R-square sebesar 0,50 maka dikatakan model cukup moderat, dan jika nilai R-square sebesar 0,25 model lemah (Ghozali dan Latan,2015). Berikut adalah rangkuman hasil uji statistik model struktural untuk menjawab hipotesis penelitian:.

Tabel 5 Uji R Square

	R-square	R-square adjusted
Y	0.902	0.898
Z	0.971	0.970

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan uji determinasi untuk model penelitian menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* untuk struktur jalur pertama diperoleh hasil sebesar 0.902 dan jalur kedua dan nilai *Adjusted R-Square* untuk struktur jalur kedua adalah 0.971. Dari standar keputusan yang telah ditentukan sebelumnya maka nilai *adjusted r-square* untuk jalur model pertama masuk dalam klasifikasi nilai determinasi yang moderat ($0,902 > 0,30$). Sedangkan untuk jalur model kedua masuk dalam klasifikasi nilai determinasi yang kuat ($0,971 > 0,30$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen (kualitas pelayanan, harga , biaya dan loyalitas nasabah) dalam struktur jalur pertama penelitian ini mampu dikatakan sangat kuat. Menjelaskan variabel endogen (kualitas pelayanan, harga , biaya dan kepuasan nasabah) sebesar $0.971 > 0,30$ dapat pula dikatakan sangat kuat

Uji Hipotesis

Pengaruh Langsung

Tabel 6. Uji Path Coefficient Secara Langsung

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 (Kualitas Pelayanan) -> Y (Loyalitas Nasabah)	1.588	1.591	0.231	6.867	0.000
X1 (Kualitas Pelayanan) -> Z (Kepuasan Nasabah)	0.680	0.674	0.048	14.177	0.000
X2 (Harga) -> Y (Loyalitas Nasabah)	-0.109	-0.081	0.264	0.415	0.678
X2 (Harga) -> Z (Kepuasan Nasabah)	0.568	0.570	0.112	5.085	0.000
X3 (Biaya) -> Y (Loyalitas Nasabah)	0.125	0.108	0.186	0.674	0.500
X3 (Biaya) -> Z (Kepuasan Nasabah)	-0.260	-0.255	0.098	2.648	0.008
Z (Kepuasan Nasabah) -> Y (Loyalitas Nasabah)	-0.675	-0.690	0.314	2.153	0.031

Sumber : data diolah, 2024

Dari tabel di atas dapat diambil keputusan analisis dengan pertimbangan bahwa jika *p-value* < 0.05 atau nilai *t-statistics* $> 1,667$ maka dinyatakan berpengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent melalui intervening. Sementara sebaliknya, jika *p-*

value > 0,05 atau nilai *t-statistics* < 1,667 maka dinyatakan tidak berpengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent melalui intervening. Dari standar pengambilan keputusan tersebut maka setiap hubungan di antara variabel independent terhadap variabel dependent melalui intervening masing-masing dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pada tabel uji path coefficient dan nilai signifikansi tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai *original sample* untuk hubungan antara kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua adalah bernilai positif dengan nilai statistics $6.867 > 1,667$. Sementara nilai *t-statistics* adalah 0,000. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua adalah **diterima**.
2. Pada tabel uji path coefficient dan nilai signifikansi tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai *original sample* untuk hubungan antara harga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua adalah bernilai positif dengan nilai statistics $0.415 < 1,667$. Sementara nilai *t-statistics* adalah 0,678. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua adalah **ditolak**.
3. Pada tabel uji path coefficient dan nilai signifikansi tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai *original sample* untuk hubungan antara biaya berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua adalah bernilai positif dengan nilai statistics $0.674 < 1,667$. Sementara nilai *t-statistics* adalah 0,500. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa biaya berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua adalah **ditolak**.
4. Pada tabel uji path coefficient dan nilai signifikansi tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai *original sample* untuk hubungan antara kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua adalah bernilai positif dengan nilai statistics $14.177 > 1,667$. Sementara nilai *t-statistics* adalah 0,000. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua adalah **diterima**.
5. Pada tabel uji path coefficient dan nilai signifikansi tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai *original sample* untuk hubungan antara harga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua adalah bernilai positif dengan nilai statistics $5.085 > 1,667$. Sementara nilai *t-statistics* adalah 0,000. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua adalah **diterima**.
6. Pada tabel uji path coefficient dan nilai signifikansi tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai *original sample* untuk hubungan antara biaya berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua adalah bernilai positif dengan nilai statistics $2.648 > 1,667$. Sementara nilai *t-statistics* adalah 0,008. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua adalah **diterima**.
7. Pada tabel uji path coefficient dan nilai signifikansi tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai *original sample* untuk hubungan antara kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua adalah bernilai positif dengan nilai statistics

$2.153 > 1,667$. Sementara nilai *t-statistics* adalah 0,081. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua adalah **diterima**.

Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 7. Uji *Path Coefficient* Secara Tidak Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Z -> Y	-0.459	-0.460	0.206	2.231	0.059
X2 -> Z -> Y	0.175	0.188	0.128	2.270	0.026
X3 -> Z -> Y	-0.383	-0.408	0.227	2.686	0.042

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 7, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua. Hasil pengujian hipotesis pada hubungan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua menunjukkan nilai koefisien jalur positif dan signifikan dikarenakan memiliki nilai statistics $2.231 > 1,667$ dan nilai P Values $0,059 < 0,005$. Dengan demikian, diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan dapat **diterima**, karena adanya variabel intervening yaitu kepuasan nasabah yang mempengaruhi antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah dapat **diterima**.
2. Pengaruh harga terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua. Hasil pengujian hipotesis pada hubungan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua menunjukkan nilai koefisien jalur positif dan signifikan dikarenakan memiliki nilai statistics $2.270 > 1,667$ dan nilai P Values $0,026 < 0,005$. Dengan demikian, diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan dapat **diterima**, karena adanya variabel intervening yaitu kepuasan nasabah yang mempengaruhi antara harga dan loyalitas nasabah dapat **diterima**.
3. Pengaruh biaya terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua. Hasil pengujian hipotesis pada hubungan biaya berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua menunjukkan nilai koefisien jalur positif dan signifikan dikarenakan memiliki nilai statistics $2.686 > 1,667$ dan nilai P Values $0,042 < 0,005$. Dengan demikian, diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan dapat **diterima**, karena adanya variabel intervening yaitu kepuasan nasabah yang mempengaruhi antara biaya dan loyalitas nasabah dapat **diterima**.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua. Harga

berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua. Biaya berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua. Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon Sulampua. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua. Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Danamon Sulampua.

Berdasarkan simpulan di atas, maka dapat disarankan bagi pihak Bank Danamon kualitas pelayanan perlu dipertahankan dan dijaga sesuai dengan prosedur yang ada pada Bank Danamon Sulampua. Perlu perhatian khusus pada penerapan harga dan biaya karena tingkat loyalitas nasabah tidak mempehatikan faktor harga dan biaya melainkan factor lain salah satunya pelayanan.

5. Daftar Pustaka

- Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasaan Pelanggan PT. TOI", Jurnal Ekonomi Volume 7, No.2, November, 2016
- Adi, Albertus Ferry Rostya., & Yoestini. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah. Diponegoro Business Review, 1(1), p. 1-9.
- Al-Ghfari, M. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 421-434.
- Agrosamdhyo, R. (2021). Bauran Pemasaran Untuk Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Pada PT. BPRS Fajar Sejahtera. *Widya Balina*, 6(2), 240 - 245.
- Dewi, Cokordo Istri Agung Krisna., & Sudiartha, I. Gede Merta. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. E-Jurnal Manajemen Unud, 7(8), p. 4539-4569.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 182. ²⁰ James G.
- Familiar, Kukuh., & Maftukhah, Ida. 2015. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah. Management Analysis Journal, 4(4), p. 348-354.

Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Yogyakarta: Bayumedia

Kuswanto, A. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 14(2).

Mohammad, M., Firman, A., & Murfat, M. Z. (2021). Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Cabang Makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 218-224.

Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.

Philip Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12, (Jakarta : Erlangga, 2017), hal. 196

Rusmawati, Y., & Ristyanadi, B. (2018). Analisis Pelayanan Cs (Customer Service) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Danamon Di Sukodadi Lamongan. *Jurnal Ekbis*, 19(1), 1092-1099.

Sangi, I. M., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. *Productivity*, 3(2), 107-112.

Siangka, A. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Cabang Makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4 (2), 555-562.

Sasongko, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT Bank Pembangunan Daerah Jatim, Tbk Pada Kantor Kas Samsat Manyar Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).