

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah, dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi, pada pengguna layanan BALE BTN (BTN Around Lifestyle Ecosystem) di Yogyakarta. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya menjaga loyalitas nasabah di era digitalisasi perbankan yang semakin kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner terhadap 100 nasabah BTN yang telah menggunakan layanan BALE BTN, hasilnya diolah menggunakan IBM SPSS 29.0.2.0 (20). Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji Sobel untuk analisis mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah; (2) kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah; (3) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah; (4) kepercayaan nasabah juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah; (5) kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah; (6) kepuasan nasabah memediasi secara signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah; dan (7) kepuasan nasabah juga memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas. Hasil ini konsisten dengan penelitian-penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan adalah fondasi penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan, khususnya dalam konteks ekosistem layanan digital perbankan. Implikasi dari penelitian ini memberikan masukan strategis kepada manajemen BTN dalam menyempurnakan kualitas layanan BALE BTN agar mampu meningkatkan loyalitas nasabah di era digital.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah, BALE BTN, Mediasi.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service quality and customer trust on customer loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable, among users of BALE BTN (BTN Around Lifestyle Ecosystem) in Yogyakarta. The background of this research lies in the growing importance of maintaining customer loyalty in an increasingly competitive era of banking digitalization. This quantitative research utilized a survey method using questionnaires distributed to 100 BTN customers who have used the BALE BTN service. The data were processed using IBM SPSS Statistics version 29.0.2.0 (20). The data were analyzed using multiple linear regression and Sobel test for mediation analysis. The results indicate that: (1) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction; (2) customer trust has a positive and significant effect on customer satisfaction; (3) service quality has a positive and significant effect on customer loyalty; (4) customer trust also has a significant effect on customer loyalty; (5) customer satisfaction significantly affects customer loyalty; (6) customer satisfaction significantly mediates the effect of service quality on customer loyalty; and (7) customer satisfaction also mediates the effect of trust on loyalty. These findings are consistent with previous studies highlighting that service quality and trust are fundamental in building customer satisfaction and loyalty, particularly in the context of digital banking ecosystems. This study provides strategic insights for BTN management in enhancing the BALE BTN service quality to boost customer loyalty in the digital era.

Keywords: Service Quality, Customer Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, BALE BTN, Mediation.