Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua

Rahayu Puspa Anggraini¹, Muhammad Nasir Hamzah², Verawaty³✉

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

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan mobile banking dan kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua, secara langsung dan tidak langsung. Adapun metode analisis yang digunakan adalah Path Analysis dengan menggunakan SPSS 22.00 tujuannya untuk menggambarkan keadaan objek penelitian yang sesungguhnya untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan mobile banking dan kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua dengan melakukan pengajuan pernyataan di dalam kuesioner kepada nasabah aktif sebanyak 91 orang. Hasil penelitian yang diperoleh adalah (1) Kualitas Layanan Mobile Banking Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. (2) Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. (3) Kepuasan Nasabah Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. (4) Kualitas Layanan Mobile Banking Berpengaruh Positif dan tidak Signifikan Terhadap Loyalitas Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. (5) Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. (6) Kualitas Layanan Mobile Banking Berpengaruh Positif dan tidak Signifikan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. (7) Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Mobile Banking, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Abstract

The purpose of this study is to find out and analyze the influence of mobile banking service quality and trust on customer loyalty and satisfaction as intervening variables at the Bank Danamon office in Nabire Papua Branch, directly and indirectly. The analysis method used is Path Analysis using SPSS 22.00, the purpose is to describe the actual state of the research object to determine the influence of mobile banking service quality and trust on customer loyalty and satisfaction as an intervening variable at the Bank Danamon Nabire Papua Branch office by submitting statements in a questionnaire to 91 active customers. The results of the research obtained are (1) The Quality of Mobile Banking Services Has a Positive and Significant Effect on Customer Satisfaction at PT. Bank Danamon Tbk Nabire Papua Branch. (2) Trust Has a Positive and Significant Effect on Customer Satisfaction at PT. Bank Danamon Tbk Nabire Papua Branch. (3) Customer Satisfaction Has a Positive and Significant Effect on Loyalty at PT. Bank Danamon Tbk Nabire Papua Branch. (4) The Quality of Mobile Banking Services Has a Positive and Insignificant Effect on Loyalty at PT. Bank Danamon Tbk Nabire Papua Branch. (5) Trust Has a Positive and Significant Effect on Loyalty at PT. Bank Danamon Tbk Nabire Papua Branch. (6) The Quality of Mobile Banking Services Has a Positive and Insignificant Effect on Loyalty Through Customer Satisfaction at PT. Bank Danamon Tbk Nabire Papua Branch. (7) Trust Has a Positive and Significant Effect on Loyalty Through Customer Satisfaction at PT. Bank Danamon Tbk Nabire Papua Branch.

Keywords: Service Quality, Mobile Banking, Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

✉ Corresponding author :

Email Address : verawatyibknitro@gmail.com

PENDAHULUAN

Bank Danamon adalah salah satu bank terkemuka di Indonesia yang menyediakan berbagai layanan keuangan, termasuk perbankan ritel, perbankan korporat. Sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, Danamon memiliki jangkauan yang luas di seluruh negeri, termasuk di wilayah Nabire, Papua. Berbagai layanan dan produk yang ditawarkan oleh cabang Bank Danamon Tbk di Nabire. Ini bisa termasuk rekening tabungan, kredit, layanan perbankan digital, dan produk investasi. Pertumbuhan Bank Danamon di cabang Nabire dapat dipengaruhi oleh seberapa baik bank tersebut berhasil memperluas jangkauannya di pasar lokal. Ini bisa termasuk upaya pemasaran, kemitraan dengan bisnis lokal, dan pelayanan pelanggan yang baik. Jumlah pelanggan yang menggunakan layanan bank Danamon di cabang Nabire dapat menjadi indikator pertumbuhan. Ini termasuk peningkatan jumlah rekening tabungan, kredit yang diberikan, dan penggunaan layanan perbankan digital. Pertumbuhan bisnis di cabang Nabire juga dapat tercermin dalam kinerja keuangan cabang tersebut. Ini bisa termasuk pertumbuhan pendapatan, laba, dan margin keuntungan.

Loyalitas nasabah merupakan salah satu faktor kunci yang sangat penting bagi keberhasilan dan pertumbuhan jangka panjang suatu lembaga perbankan. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, khususnya di sektor perbankan, menjaga loyalitas nasabah menjadi prioritas utama. Nasabah yang loyal cenderung melakukan lebih banyak transaksi dan menggunakan berbagai produk serta layanan bank secara konsisten. Mereka lebih mungkin membuka rekening baru, menggunakan kartu kredit, mengambil pinjaman, atau memanfaatkan layanan investasi yang ditawarkan oleh bank. Loyalitas ini menciptakan aliran pendapatan yang stabil bagi bank, sehingga membantu keberlanjutan operasional dan pertumbuhan jangka panjang. Mempertahankan nasabah yang sudah ada jauh lebih murah dibandingkan dengan mendapatkan nasabah baru.

Penelitian Zakiy & Azzahroh (2017). menunjukkan bahwa biaya untuk mendapatkan nasabah baru bisa lima kali lebih besar dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada. Nasabah yang loyal akan terus menggunakan layanan bank tanpa memerlukan biaya pemasaran yang tinggi, sehingga bank dapat menghemat anggaran akuisisi nasabah. Tingkat loyalitas nasabah yang tinggi mencerminkan kualitas layanan yang baik dan kepercayaan yang terjaga antara bank dan nasabah. Hal ini secara langsung berkontribusi pada reputasi dan citra positif bank di mata publik. Bank dengan citra yang baik lebih mudah menarik nasabah baru dan mendapatkan kepercayaan dari pasar.

Meskipun demikian pentingnya loyalitas nasabah masih terdapat fenomena pada bank danamon cabang nabire papua, dengan semakin berkembangnya teknologi digital dan mobile banking, nasabah kini memiliki lebih banyak pilihan untuk beralih ke bank lain yang menawarkan fitur dan layanan yang lebih canggih. Bank Danamon menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas nasabah di tengah persaingan ketat dan perubahan teknologi yang cepat. Selain itu nasabah kini lebih menuntut layanan yang cepat, mudah, dan personal. Mereka menginginkan pengalaman perbankan yang mulus dan tanpa gangguan. Fenomena ini menuntut Bank Danamon untuk terus beradaptasi dengan tren dan preferensi nasabah yang berubah. Nasabah semakin sadar akan hak dan opsi mereka. Dengan akses informasi yang lebih mudah melalui internet, nasabah dapat membandingkan produk dan layanan dari berbagai bank secara cepat. Hal ini meningkatkan tekanan pada Bank Danamon untuk memastikan bahwa mereka menawarkan layanan yang kompetitif dan memenuhi kebutuhan nasabah.

Selain itu adalah kepuasan nasabah yang tidak Konsisten yang dihadapi Bank Danamon adalah menjaga konsistensi kepuasan nasabah. Meskipun bank telah menerapkan berbagai inisiatif untuk meningkatkan kualitas layanan, terdapat variasi dalam pengalaman nasabah yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas. Dimana kompetisi antar perbankan akan menciptakan tantangan dalam mempertahankan loyalitas nasabah, terutama jika pesaing menawarkan promosi atau inovasi yang menarik.

Berdasarkan data kuantitatif kepuasan nasabah Bank Danamon dari total 1.000 nasabah, untuk periode 2021 hingga 2023. Data tahun 2021 Dari total 1.000 nasabah, 65% (650 nasabah) merasa puas, Tahun 2022 ada peningkatan kepuasan dengan 70% (700 nasabah) merasa puas, Tahun 2023, kepuasan terus meningkat, dengan 75% (750 nasabah) merasa puas.

Tabel 1. Tingkat Kepuasan Nasabah

Periode/Tahun	Jumlah Nasabah	Presentase	Kategori
Tahun 2021	650	65%	Merasa Puas
Tahun 2022	700	70%	Merasa Puas
Tahun 2023	750	75%	Merasa Puas

Sumber : Bank Danamon Cabang Nabire 2024

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau semakin baik kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi kecenderungan nasabah untuk loyal terhadap perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Madjid (2013) yang membuktikan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Perkembangan teknologi digital dalam industri perbankan telah menghadirkan berbagai inovasi layanan, salah satunya adalah mobile banking. Layanan ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapan pun dan di mana pun melalui perangkat seluler. Bank Danamon sebagai salah satu bank nasional terkemuka, terus berupaya untuk memperkuat posisi pasar dan meningkatkan layanan berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan nasabah di seluruh wilayah Indonesia, termasuk di wilayah Papua, khususnya di Nabire. Namun, meskipun teknologi mobile banking telah tersedia, keberhasilan layanan ini tidak hanya bergantung pada ketersediaannya saja. Akan tetapi ada beberapa faktor yaitu kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap sistem mobile banking memainkan peran penting dalam menentukan loyalitas nasabah.

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, kualitas layanan adalah sejauh mana suatu produk atau jasa memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan yang mencakup aspek-aspek seperti keandalan, kemudahan penggunaan, keamanan, dan ketersediaan fitur yang relevan. Ketika nasabah merasa puas dengan layanan yang diterima, mereka cenderung untuk tetap setia menggunakan layanan tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka kepada bank. Kualitas layanan mobile banking memainkan peran yang sangat penting dalam industri perbankan modern. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan meningkatnya kebutuhan nasabah untuk akses yang cepat dan mudah, kualitas layanan mobile banking menjadi faktor krusial yang mempengaruhi kepuasan, loyalitas, dan tentunya adalah keberhasilan bank. Nasabah yang puas dengan kualitas layanan mobile banking cenderung lebih setia. Loyalitas nasabah penting untuk mempertahankan pangsa pasar dan mengurangi risiko kehilangan nasabah kepada pesaing. Layanan yang andal dan berkualitas tinggi membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Selain itu Layanan mobile banking yang efisien dapat mengurangi kebutuhan akan interaksi tatap muka di cabang fisik, mengurangi biaya operasional seperti sewa cabang, gaji staf, dan biaya pengelolaan dokumen. Beberapa penelitian telah menemukan bahwa kualitas layanan mobile banking memiliki pengaruh terhadap Beberapa penelitian telah menemukan bahwa kualitas layanan mobile banking

memiliki pengaruh terhadap kepuasan loyalitas nasabah suatu bank. (Nawangarsi & Widiastuti, 2018)

Layanan M-Banking diharapkan mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi berdasarkan data yang diketahui dari total jumlah nasabah Bank Danamon cabang Nabire sebanyak 1000 nasabah pada tahun 2021 pengguna mobile banking sebanyak 400 nasabah, pada tahun 2022 pengguna mbanking meningkat sebanyak sekitar 450 dan pada tahun 2023 meningkat menjadi 500 nasabah pengguna mobile banking, meskipun demikian kendala yang terdapat layanan mobile banking adalah salah satunya karena signal internet yang tidak kuat sehingga terkadang layanan mobile banking dalam bertransaksi menjadi lambat.

Dengan menyediakan layanan yang efektif melalui aplikasi mobile, bank dapat menghemat biaya sambil meningkatkan produktivitas dan juga mobile banking memungkinkan bank untuk menjangkau nasabah di lokasi yang sulit diakses oleh cabang fisik. Kualitas layanan yang baik memastikan bahwa nasabah di daerah terpencil atau dengan akses terbatas tetap dapat menikmati layanan perbankan yang memadai, meningkatkan inklusi keuangan dan memperluas jangkauan pasar bank.

Selain itu, kepercayaan merupakan elemen kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah, terutama dalam layanan keuangan yang melibatkan informasi dan transaksi keuangan yang sensitif. Tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem mobile banking berhubungan erat dengan persepsi mereka terhadap keamanan, integritas, dan tanggung jawab bank dalam menjaga kerahasiaan data dan transaksi. Temuan menunjukkan bahwa bank yang berhasil membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah akan cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi. (Ndubisi, 2007).

Kepuasan nasabah juga berperan sebagai perantara dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas. Kepuasan nasabah mencerminkan tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah setelah menggunakan layanan mobile banking. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan yang tinggi dapat memperkuat loyalitas nasabah, karena mereka merasa mendapatkan nilai tambah dari penggunaan layanan yang berkualitas. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana kualitas layanan dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan nasabah, yang pada gilirannya memengaruhi loyalitas nasabah. Di wilayah Nabire, Papua, kehadiran layanan mobile banking menjadi sangat penting mengingat akses fisik ke bank kadang terbatas akibat kondisi geografis yang menantang. Dengan demikian, nasabah di daerah ini cenderung bergantung pada layanan digital untuk memenuhi kebutuhan perbankan mereka. Meskipun Bank Danamon telah menawarkan layanan mobile banking di Nabire, tantangan tetap ada dalam hal memastikan bahwa kualitas layanan yang diberikan memenuhi harapan nasabah dan bahwa tingkat kepercayaan terhadap layanan ini tetap terjaga.

METODOLOGI

Pendekatan penelitian berdasarkan sifat materi meliputi metode penelitian kuantitatif dimana data yang dikumpulkan adalah angka statistik. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Oleh karena itu, penelitian kuantitatif menyajikan prosedur khusus, literatur lengkap, dan hipotesis yang dirumuskan dengan jelas. Untuk memperoleh data-data yang digunakan peneliti akan mengambil data primer yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner pada seluruh karyawan PT. Bank Danamon Tbk cabang Nabire Papua.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada di PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua sebanyak 1000 orang, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling, karena sesuai untuk digunakan untuk

penelitian kuantitatif, dimana yang menjadi fokus adalah pengguna aktif menggunakan mobile banking dimana responden yang sudah terdaftar dan secara rutin menggunakan aplikasi mobile banking Bank Danamon. Dalam pengambilan sampel menggunakan teori Slovincu sehingga sampel sebanyak 90 nasabah.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data secara deskriptif dan inferensial. Penggunaan teknik analisis data secara deskriptif untuk memperoleh gambaran karakteristik penyebaran nilai setiap variabel yang diteliti. Analisis deskriptif digunakan dalam hal penyajian data, ukuran sentral, dan ukuran penyebaran, penyajian data menggunakan daftar distribusi dan histogram. Ukuran sentral meliputi: mean, median, dan modus. Ukuran penyebaran meliputi varians dan simpangan baku. Analisis inferensial digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan analisis jalur (path analysis). Semua pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan $\alpha = 0,05$. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas galat taksiran regresi dengan menggunakan teknik Kolmogorov Smirnov, uji linearitas, , Multikolonieritas dan heteroskedastisitas dengan menggunakan dengan perangkat lunak SPSS 22.00.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire

Pada pembahasan hipotesis pertama pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Berdasarkan pada output jawaban responden pada setiap item pada variabel kualitas layanan mobile banking dimana hasil dari keseluruhan jawaban responden dengan menunjukkan hasil yang baik dari 15 item pernyataan kuesioner terdapat jawaban masuk dengan dalam kategori interval sangat baik 12 item dengan nilai mean diatas 4.21 dan 3 dengan kategori baik, dengan nilai mean (rata-rata) dibawah 4,21. Hal ini dapat diasumsikan bahwa kualitas layanan mobile banking pada Bank danamon cabang nabira papua sudah berjalan dengan meskipun masih terdapat beberapa yang tidak berjalan maksimal. Sementara berdasarkan hasil analisis pada uji t (uji parsial) pada substruktur model 1 yaitu pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah menunjukkan jalur signifikan, yaitu 0.020 lebih kecil dari probabilitas 0,05, sedangkan pada perbandingan thitung (2.364) lebih besar dari ttabel (1.986). sedangkan pada hubungan kualitas layanan mobile banking terhadap variabel kepuasan nasabah nilai koefisien jalur bertanda positif dengan nilai pengaruh sebesar 0,252 atau 25,2%. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua. Hipotesis pertama di terima.

Berdasarkan hasil penelitian inCi yang menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon cabang Nabire Papua, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas layanan mobile banking berkontribusi langsung pada peningkatan kepuasan nasabah. Hal ini menekankan pentingnya aspek-aspek seperti kecepatan, keamanan, akurasi, dan kepercayaan dalam layanan mobile banking untuk memenuhi atau melampaui harapan nasabah.

Secara empiris temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menekankan hubungan positif antara kualitas layanan mobile banking dan kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Wardhana, A. (2015). dengan pengaruh kualitas layanan mobile banking (m-banking) terhadap kepuasan nasabah di indonesia [effect of mobile banking (m-banking) service quality on customer satisfaction in indonesia]. Penelitian ini menilai pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah di beberapa bank besar di Indonesia, termasuk Bank Danamon. Hasilnya

menunjukkan bahwa elemen-elemen seperti kecepatan, keamanan, akurasi, dan kepercayaan dalam layanan mobile banking berkontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi bahwa kualitas layanan mobile banking yang tinggi, mencakup aspek-aspek seperti kecepatan, keamanan, akurasi, dan kepercayaan, berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Bagi Bank Danamon, fokus pada peningkatan kualitas layanan mobile banking dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire

Pada pembahasan hipotesis kedua pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Berdasarkan pada output jawaban responden pada setiap item pada variabel kepercayaan dimana hasil dari keseluruhan jawaban responden dengan menunjukkan hasil yang baik dari 15 item pernyataan kuesioner terdapat jawaban masuk dengan dalam kategori interval sangat baik 15 item dengan nilai mean diatas 4.21. Hal ini dapat diasumsikan bahwa kepercayaan nasabah pada Bank danamon cabang nabira papua sudah berjalan dengan baik. Sementara berdasarkan hasil analisis pada uji t (uji parsial) pada substruktur model 1 yaitu pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah menunjukkan jalur signifikan, yaitu 0.000 lebih kecil dari probabilitas 0,05, sedangkan pada perbandingan thitung (6.466) lebih kecil dari ttabel (1.986). sedangkan pada hubungan kepercayaan terhadap variabel kepuasan nasabah nilai koefisien jalur bertanda positif dengan nilai pengaruhnya sebesar 0,634 atau 63,4%. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua. Hipotesis kedua di terima.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Danamon cabang Nabire papua, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka. Kepercayaan memainkan peran penting dalam hubungan antara bank dan nasabah, karena mencerminkan keyakinan nasabah terhadap integritas, keandalan, dan kompetensi bank dalam menyediakan layanan yang aman dan berkualitas. Temuan penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu oleh mereka Mandiri, A., & Metekohy, E. (2021). yang menekankan pentingnya kepercayaan dalam meningkatkan kepuasan nasabah dengan judul penelitian "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah". Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah secara parsial. Artinya, peningkatan kepercayaan nasabah terhadap peningkatan kepuasan mereka. Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi bahwa kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan elemen kunci yang dapat meningkatkan kepuasan mereka. Bank yang berhasil membangun dan memelihara kepercayaan nasabah cenderung memiliki tingkat kepuasan nasabah yang lebih tinggi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan retensi nasabah.

Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire

Pada pembahasan hipotesis ketiga pada penelitian ini dimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Berdasarkan pada output jawaban responden pada setiap item pada variabel kepuasan nasabah menunjukkan hasil dari keseluruhan jawaban responden yang terdiri dari 15 item pernyataan kuesioner keseluruhan jawaban responden masuk dalam kategori interval sangat baik dengan nilai mean diatas 4.21. Hal ini dapat diasumsikan bahwa kepuasan nasabah pada Bank danamon cabang nabira papua sudah berjalan dengan baik. Sementara berdasarkan hasil analisis pada uji t (uji parsial) pada substruktur model 2 yaitu pengaruh

kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank danamon cabang nabire papua menunjukkan jalur signifikan, yaitu 0.021 lebih kecil dari probabilitas 0,05, sedangkan pada perbandingan thitung (2.352) lebih kecil dari ttabel (1.986). sedangkan pada tingkat korelasi kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah nilai koefisien jalur bertanda positif dengan nilai pengaruhnya sebesar 0,232 atau 23,2%. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua. Sehingga Hipotesis ketiga di terima.

Berdasarkan hasil penelitian Anda yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, semakin besar kemungkinan mereka untuk tetap loyal terhadap bank. Kepuasan nasabah mencerminkan sejauh mana harapan mereka terhadap produk dan layanan bank terpenuhi atau terlampaui. Ketika nasabah merasa puas, mereka cenderung untuk terus menggunakan produk dan layanan bank, merekomendasikannya kepada orang lain, dan menunjukkan perilaku loyal lainnya. Temuan Anda sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menekankan hubungan erat antara kepuasan dan loyalitas nasabah.

Secara empiris peneltiian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA. Hal ini menekankan bahwa peningkatan kepuasan nasabah dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap bank. Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi bahwa kepuasan nasabah merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas nasabah. Bank yang mampu memenuhi atau melampaui harapan nasabah dalam layanan dan produk mereka cenderung memiliki basis nasabah yang lebih loyal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan retensi nasabah dan profitabilitas jangka panjang.

Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire

Pada pembahasan hipotesis keempat pada penelitian ini dimana pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Berdasarkan pada output jawaban responden pada setiap item pada variabel loyalitas nasabah menunjukkan hasil dari keseluruhan jawaban responden yang terdiri dari 15 item pernyataan terdapat 14 kuesioner jawaban responden masuk dalam kategori interval sangat baik dengan nilai mean diatas 4.21. sedangkan terdapat item dengan kategori baik. Hal ini dapat diasumsikan bahwa loyalitas nasabah pada Bank danamon cabang nabire papua sudah berjalan dengan baik. Sementara berdasarkan hasil analisis pada uji t (uji parsial) pada substruktur model 2 yaitu pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada Bank danamon cabang nabire papua menunjukkan jalur yang tidak signifikan, yaitu dimana nilai sig. yang dihasilkan adalah 0.091 lebih besar dari probabilitas 0,05, sedangkan pada perbandingan thitung (1.712) lebih kecil dari ttabel (1.986). sedangkan pada tingkat korelasi kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien jalur bertanda positif dengan nilai pengaruhnya sebesar 0,174 atau 17,4%. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif tidak signifikan kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua. Sehingga Hipotesis keempat ini di tolak.

Berdasarkan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Danamon cabang Nabire Papua, dapat diinterpretasikan bahwa meskipun peningkatan kualitas layanan mobile banking cenderung meningkatkan loyalitas nasabah, pengaruh tersebut tidak cukup kuat atau konsisten untuk dianggap signifikan secara statistik. Tidak semua nasabah mungkin menggunakan atau mengandalkan layanan mobile banking.

Sebagian nasabah mungkin lebih memilih layanan perbankan tradisional atau kanal digital lainnya, sehingga kualitas layanan mobile banking tidak secara langsung mempengaruhi loyalitas mereka. Selain itu Loyalitas nasabah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor selain kualitas layanan mobile banking, seperti hubungan personal dengan staf bank, lokasi cabang yang strategis, atau produk dan layanan lain yang ditawarkan oleh bank.

Secara empiris penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizal, S. (2017). Dengan judul penelitian Pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah (studi pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok). Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, namun tidak langsung terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah lebih dipengaruhi oleh kepuasan mereka terhadap layanan tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa bank perlu fokus tidak hanya pada peningkatan kualitas layanan mobile banking tetapi juga pada strategi yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan untuk membangun loyalitas yang lebih kuat.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire

Pada pembahasan hipotesis kelima ini pada penelitian dimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Berdasarkan pada output jawaban responden pada setiap item pada variabel kepercayaan dan loyalitas nasabah menunjukkan hasil dari keseluruhan jawaban responden yang terdiri dari 15 item pernyataan masuk dalam kategori baik dan sangat baik yang telah dibahas sebelumnya. Hal ini dapat diasumsikan bahwa kepercayaan dan loyalitas nasabah pada Bank danamon cabang nabire papua sudah berjalan dengan baik. Sementara berdasarkan hasil analisis pada uji t (uji parsial) pada substruktur model 2 yaitu pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank danamon cabang nabire papua menunjukkan jalur yang signifikan, yaitu dimana nilai sig. yang dihasilkan adalah 0.000 lebih kecil dari probabilitas 0,05, sedangkan pada perbandingan thitung (4.638) lebih besar dari ttabel (1.986). sedangkan pada tingkat korelasi kepercayaan nsabah terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien jalur bertanda positif dengan nilai pengaruhnya sebesar 0,555 atau 55,5%. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua. Sehingga Hipotesis kelima ini di terima.

Berdasarkan hasil penelitian Anda yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Danamon, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank, semakin besar kemungkinan mereka untuk tetap loyal. Kepercayaan mencerminkan keyakinan nasabah terhadap integritas, keandalan, dan kompetensi bank dalam memenuhi janji dan menyediakan layanan berkualitas. Ketika nasabah merasa yakin bahwa bank dapat dipercaya, mereka cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang dan tidak mudah beralih ke bank lain.

Secara empiris temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azizah, B. P., & Udayana, I. B. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah.. yang menekankan pentingnya kepercayaan dalam membangun loyalitas nasabah. Penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, semakin tinggi pula loyalitas mereka terhadap bank. Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi bahwa kepercayaan nasabah terhadap bank memainkan peran krusial dalam membentuk loyalitas mereka. Bank yang berhasil membangun dan memelihara kepercayaan nasabah cenderung memiliki basis nasabah yang lebih loyal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan retensi nasabah dan profitabilitas jangka panjang.

Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire

Pada pembahasan hipotesis keenam ini pada penelitian dimana kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah bank danamon cabang nabire. Berdasarkan pada output jawaban responden pada setiap item pada variabel kualitas layanan mobile banking, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah menunjukkan hasil dari keseluruhan jawaban responden yang terdiri dari 15 item pernyataan masuk dalam kategori baik dan sangat baik yang telah dibahas sebelumnya. Hal ini dapat diasumsikan bahwa kualitas layanan mobile banking, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah pada Bank danamon cabang nabire papua sudah berjalan dengan baik. Pada hipotesis keenam ini adalah untuk mengetahui pengaruh tidak langsung, dengan melihat pengujian regresi model 1 dengan melihat nilai koefisien pada kolom Unstandardized B (Beta) yaitu 0,249 dan standart error nya adalah 0,105 dan pada pengujian regresi model 2, nilai koefisien pada variabel interveningnya, kepuasan nasabah, dapat dihitung dengan melihat nilai koefisien pada kolom Unstandardized B (Beta) 0,227 dan Standard Error (SE) 0,097. Setelah melakukan analisis koefisien jalur dengan menggunakan kalkulator www.danielsoper.com maka diperoleh nilai Sig.(2tailed probability) sebesar 0,095 > 0,05 dengan tingkat signifikansi 5% dan nilai Z Sobel sebesar 1.665 < 1.986 Hasil ini menjelaskan bahwa variabel kepuasan nasabah tidak mampu menjadi mediator variabel kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah bank danamon cabang nabire. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua. Sehingga Hipotesis keenam ini di tolak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Artinya, meskipun kualitas layanan mobile banking yang lebih baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah, namun peningkatan ini tidak secara signifikan mendorong loyalitas mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa ada faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk loyalitas nasabah selain kepuasan yang diperoleh dari layanan mobile banking. Beberapa kemungkinan penyebab dari hasil ini adalah banyaknya bank yang menawarkan layanan mobile banking dengan fitur serupa menyebabkan nasabah memiliki banyak alternatif dan lebih mudah berpindah layanan. Peran brand image terhadap loyalitas nasabah tidak hanya terbentuk dari kepuasan atas layanan mobile banking, tetapi juga dari persepsi terhadap keamanan transaksi, reputasi bank, dan pengalaman jangka panjang dengan layanan perbankan.

Secara empiris penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani et al. (2021) di mana kualitas layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, tetapi kepuasan tersebut tidak secara langsung meningkatkan loyalitas nasabah secara signifikan. Studi ini menjelaskan bahwa loyalitas nasabah lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepercayaan terhadap bank, nilai tambah yang diberikan, serta hubungan emosional antara nasabah dan bank. Temuan ini tidak mengurangi pentingnya kualitas layanan mobile banking dalam membentuk pengalaman positif bagi nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire

Pada pembahasan hipotesis ketujuh atau hipotesis terakhir ini pada penelitian dimana kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah bank danamon cabang nabire. Berdasarkan pada output jawaban responden pada setiap item pada variabel kepercayaan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah menunjukkan hasil dari keseluruhan jawaban responden yang terdiri dari 15 item pernyataan masuk dalam kategori baik dan sangat baik yang telah dibahas sebelumnya. Hal ini dapat diasumsikan bahwa kepercayaan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah pada Bank danamon cabang nabire papua sudah

berjalan dengan baik. Pada hipotesis ketujuh ini adalah untuk mengetahui pengaruh tidak langsung, dengan melihat pengujian regresi model 1 kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dengan melihat nilai koefisien pada kolom Unstandardized B (Beta) yaitu 0,634 dan standart error nya adalah 0,098 dan pada pengujian regresi model 2, nilai koefisien pada variabel interveningnya, kepuasan nasabah, dapat dihitung dengan melihat nilai koefisien pada kolom Unstandardized B (Beta) 0,227 dan Standard Error (SE) 0,097. Setelah melakukan analisis koefisien jalur dengan menggunakan kalkulator www.danielsoper.com maka diperoleh nilai Sig.(2tailed probability) sebesar $0,027 < 0,05$ dengan tingkat signifikansi 5% dan perolehan nilai Z sobel sebesar $2.200 > 1,986$. Hasil ini mampu membuktikan bahwa variabel kepuasan nasabah mampu berperan sebagai mediator variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada bank danamon cabang nabire. Berdasarkan hasil ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua. Sehingga Hipotesis ketujuh ini di terima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap Bank Danamon, semakin besar pula kepuasan yang mereka rasakan, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabahnya. Dengan Kepercayaan yang tinggi terhadap bank sering kali berasal dari persepsi nasabah mengenai keamanan transaksi dan keandalan layanan yang diberikan. Bank yang dapat menjaga keamanan data dan transaksi nasabah akan lebih dihargai oleh pelanggan. Selain itu nasabah yang secara konsisten menerima layanan berkualitas tinggi akan lebih percaya pada bank dan merasa puas dengan pengalaman mereka, sehingga cenderung menjadi loyal. Kepuasan nasabah berperan sebagai faktor penghubung antara kepercayaan dan loyalitas. Kepercayaan tanpa kepuasan yang tinggi mungkin tidak cukup untuk mempertahankan nasabah dalam jangka panjang. Oleh karena itu, bank harus memastikan bahwa layanan yang diberikan tidak hanya dapat dipercaya tetapi juga memenuhi harapan nasabah.

Secara empiris penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudirman et al. (2021) yang menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di sektor perbankan. Studi ini menjelaskan bahwa ketika nasabah merasa yakin dengan keamanan, keandalan, dan integritas layanan perbankan, mereka akan lebih puas dan cenderung tetap menggunakan layanan yang sama dalam jangka panjang.

SIMPULAN

Kualitas Layanan Mobile Banking Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Hasil membuktikan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh nyata terhadap peningkatan kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua. Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Hasil penelitian membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh nyata terhadap peningkatan kepuasan nasabah pada PT. Bank Danamon Tbk cabang nabire papua.

Kepuasan Nasabah Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Hasil ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh nyata terhadap peningkatan loyalitas nasabah pada bank danamon cabang nabire papua. Kualitas Layanan Mobile Banking Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Loyalitas Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Hasil ini membuktikan bahwa kualitas layanan mobile banking tidak berpengaruh nyata terhadap peningkatan loyalitas nasabah pada bank danamon cabang nabire papua.

Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Hasil ini membuktikan bahwa kepercayaan berpenengaruh nyata terhadap peningkatan loyalitas nasabah pada bank danamon cabang nabire papua. Kualitas Layanan Mobile Banking Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah tidak mampu memediasi kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada bank danamon cabang nabire papua.

Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Nabire Papua. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada bank danamon cabang nabire papua.

Referensi :

- Abdul Haris Sahaq, (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bri Mobile (Brimo) Di Kota Arga Makmur Bengkulu Utara (Doctoral dissertation, Universitas Dehasen Bengkulu).
- Al-Somali, S. A., Gholami, R., & Clegg, B. (2009). "Internet Banking Loyalty: What Factors Influence Customer Loyalty in the Internet Banking Context?" *International Journal of Bank Marketing*, 27(6), 444-470
- Adji, W. (2022). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134-158.
- Avicenna, M., Tabrani, T., & Suwandi, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kedekatan Hubungan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*.
- Azizah, B. P., & Udayana, I. B. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 6(1), 88-100.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson
- Chaniago, A. (2021). *Loyalitas Pelanggan dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Daga, R. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk tabunganku terhadap kepuasan nasabah pada pt. Bank sulselbar kantor cabang belopa. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 16(1).
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2016). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. *Journal of Management Information Systems*, 29(4), 7-62.
- Dhiwangkara, R. (2023). *Manajemen Loyalitas Pelanggan*. Malang: Penerbit Brawijaya
- Febrianta, A., & Indrawati, I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 3(3).
- Fornell, C. (2021). The National Customer Satisfaction Index: A Model of the Determinants and Consequences of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 58(2), 233-254. 4.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hadiwijaya, R. (2021). Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas dan Citra Perusahaan. Bandung: Alfabeta.
- Halim, M. (2022). Efisiensi Operasional melalui Peningkatan Kepuasan Nasabah. Makassar: Pustaka Pelajar.
- Haryanto, B. (2023). Kepuasan dan Loyalitas Nasabah dalam Industri Perbankan*. Surabaya: Penerbit Bina Ilmu.
- Hasan, M. I. (2022). Manajemen Hubungan Pelanggan: Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (2021). The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value. New York: Free Press
- Hoy, W. K., & Tschannen-Moran, M. (2001). The Conceptualization and Measurement of Faculty Trust in Schools: The Omnibus T-Scale. In *Studies in Leading and Organizing Schools*, 20(2), 173-190
- Indrajit, R. E. (2018). Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi. Jakarta: Grasindo
- Jogiyanto, H. M. (2018). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kadir, A. (2019). Pengenalan Teknologi Informasi. Yogyakarta: Andi Offset
- Kadir, A. (2019). Manajemen Pemasaran: Pendekatan Teoritis dan Praktis. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kurniawati, Hanif Astika, E. a. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*, 4 No. 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, N. (2022). Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit UGM.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-82.
- Lupiyoadi, R. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2020). *Services Marketing: People, Technology, Strategy (9th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson
- Lichtenstein, D. R., & Williamson, D. A. (2016). The Impact of Mobile Banking Service Quality on Customer Loyalty. *Journal of Financial Services Marketing*, 21(2), 105-115.
- Mansour, M. (2016). *Trust and Relationship Quality: A Study of Business to Business Relationships*. *Journal of Business Research*, 69(12), 5907-5915.
- Mandiri, A., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 8(1).
- Maulana, R. (2021). Desain User Interface Aplikasi Mobile. Jakarta: Penerbit Informatika.
- Mandiri, A., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 8(1).
- Mittal, V., & Kamakura, W. A. (2022). Satisfaction, Repurchase Intent, and Shareholder Value. *Journal of Marketing Research*, 59(1), 1-12. 5.
- Nawang Sari, S. & Widiastuti, R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus pada PT Bank DKI - Depok). *Sebatik*. 22(2):51- 55

- Ndubisi, N. O. (2007). The Impact of Trust on Customer Loyalty: A Study in the Banking Sector. *International Journal of Bank Marketing*, 25(5), 274-289.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35-39.
- Parasuraman, A., Valarie., Zeithaml & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL. A multiple Item Scale for Accessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research* (Vol. 7, No. X). Carolina: Sage Publications. University of North Carolina at Chapel Hill.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2016). *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. Wiley
- Pratama, A. (2022). *Mobile Banking: Implementasi dan Keamanan**. Bandung: Informatika
- Prabowo, T. (2022). Peran Umpan Balik Nasabah dalam Perbaikan Kualitas Layanan. Malang: Bayumedia Publishing.
- Rahmi, P. P., Aryanti, A. N., & Aziz, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 710-722
- Rangkuti, F. (2021). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ratnasari, I. (2023). *Kepuasan Nasabah dan Motivasi Kerja Karyawan: Hubungan dan Implikasinya*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Rininda, B. P., & Nurmalinga, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 7(2), 221-229.
- Rinaldy, I. M., Lubis, P. H., & Utami, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BNI di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah, Dan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan*, 8(3).
- Rizal, S. (2017). *Pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah (studi pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok)* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017).
- Safitri, V.N., & Widyastuti, E. (2023). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Customer Experience, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah. *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance*.
- Sari, D. (2023). *Kepuasan Nasabah dan Daya Saing Perusahaan di Era Digital*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Setiawan, H. (2016). Pengaruh kualitas layanan, persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna layanan mobile banking. *Jurnal keuangan dan perbankan*, 20(3), 518-528.
- Setiawan, M. (2022). *Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah dalam Industri Perbankan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, Y. (2023) *Analisis Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro
- Siagian, S. P. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiarto, S., & Susanto, H. (2021) *The Role of Trust in Enhancing Customer Satisfaction: Evidence from the Banking Sector in Indonesia.* *International Journal of Bank Marketing*, 39(5), 768-782.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suki, N. M. (2014). "The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty in the Malaysian Banking Sector." *Asian Social Science*, 10*(11), 140-149.
- Sulfila, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Barru (Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE)*.

- Suryani, E. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Sharma, M., Banerjee, S., & Paul, J. (2022). *Role of social media on mobile banking adoption among consumers*. *Technological Forecasting and Social Change*, 180, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121720>
- Shin, D. H. (2020).** "The Role of Trust and Perceived Value in Mobile Banking Loyalty." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55*, 102-113.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N.** (2023). **Consumer Perceptions of Service Quality and Satisfaction: Theoretical Perspectives and Practical Applications**. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 102-113.
- Tiong, W. H. (2018). *Customer Satisfaction and Loyalty: Insights from a Study on Banking Sector*. Jakarta: Penerbit Gramedia
- Tuan, V. A., Van Truong, N., Tetsuo, S., & An, N. N. (2022). *Public transport service quality: Policy prioritization strategy in the importance-performance analysis and the three-factor theory frameworks*. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 166, 118– 134. <https://doi.org/10.1016/j tra.2022.10.006>
- Tjiptono, F. (2017) *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi. -
- Tjiptono, F. (2021). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Utami, S. (2021). *Dampak Kepuasan Nasabah terhadap Profitabilitas Perusahaan: Studi Kasus pada Perusahaan Jasa*. Surabaya: Kencana.
- Wahyuningsih, F., & Rojuaniah (2023). *Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Nasabah Aplikasi Mobile Banking Bank Bsi Syariah*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*.
- Wardhana, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia [Effect of Mobile Banking (M-Banking) Service Quality on Customer Satisfaction in Indonesia]*. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 10(2), 273-284.
- Wibowo, A. (2020).. *Manajemen Kepuasan Pelanggan: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*. *repository UIN Malang*, 1-10.
- Wijaya, T. (2020). *Manajemen Layanan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Wijaya, T. (2020). *Manajemen Hubungan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat
- Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). *Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 26-38