

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank selaku tempat untuk melaksanakan kegiatan transaksi keuangan sangat dibutuhkan oleh masyarakat di negara maju maupun negara berkembang. Bank adalah sebuah lembaga keuangan yang nyaman dan terjamin dalam melaksanakan bermacam kegiatan keuangan. Sebagai lembaga yang terjamin keamanannya dalam menempatkan dananya, maka bank diyakini oleh semua lapisan masyarakat dari berbagai golongan.¹ Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang memberikan kenyamanan, kemudahan dan keamanan untuk berbagai transaksi keuangan, sehingga bank diyakini dan dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dikutip dari Anshori menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 dalam ketentuan Pasal 1 ayat (2) menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.² Dalam UU No. 21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenamedia Group, 2011), 23-24.

² Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 37.

menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah), dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).³

Pertumbuhan dunia perbankan di Indonesia sangatlah cepat, banyak bank yang baru bermunculan sedangkan bank yang telah lama berdiri semakin berkembang dengan membuka beberapa cabang baru, sehingga persaingan antar bank menjadi begitu ketat yang membuat seluruh bank berupaya untuk memberikan berbagai sarana menarik dan terbaik untuk nasabah. Dalam mengatasi persaingan tersebut, maka seluruh bank berlomba-lomba meningkatkan inovasi-inovasi terkini sehingga keinginan dan kebutuhan nasabah dapat terpenuhi. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk dapat meningkatkan daya saing yaitu dengan memperbaiki mutu pelayanan bank untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.⁴ Dapat disimpulkan bahwa dengan pertumbuhan bank yang semakin cepat, akan mampu meningkatkan daya saing antara bank yang satu dengan bank lainnya, sehingga akan membuat bank selalu meningkatkan berbagai inovasi untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan harapannya.

Pelayanan yang baik merupakan kinerja perusahaan dalam memuaskan nasabah berdasarkan kebutuhan dan keinginan nasabah. Pada saat nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka nasabah pada umumnya akan

³ Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah Implementasi Teori Dan Praktek*, (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 25-26.

⁴ Mutmainnah, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah", *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 10, No. 2, (September 2017): 201-202.

melakukan transaksi atau konsumsi secara berkelanjutan.⁵ Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanif Julhamsyah (2020) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁶ Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Basuki Sri Rahayu dan Endang Saryanti (2014) yang juga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷

Kualitas layanan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan karena jika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik maka perusahaan akan memperoleh posisi terbaik di hati para nasabahnya.⁸ Oleh karena itu, nasabah akan menjadi nasabah yang loyal terhadap produk perusahaan. Salah satu cara untuk mencapai hal tersebut adalah dengan memuaskan nasabah, karena kepuasan nasabah adalah suatu hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Maka dari itu tidak mengherankan jika terdapat slogan yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja, dan harus diberikan pelayanan yang terbaik.⁹ Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puteri Herlanies

⁵ Kasmir, *Customer Service Excellent Teori Dan Praktik*, (depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), 64.

⁶ Hanif Julhamsyah, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", *Soetomo Business Review*, Vol. 1, No. 1 (2020): 7-8.

⁷ Basuki Sri Rahayu dan Endang Saryanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Pada PD. BPR BKK Boyolali" *ADVANCE*, Vol. 1, No. 2, (Februari 2014): 20.

⁸ I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Restini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali", *E-Jurnal Manajemen Unud*, ISSN:2302-8912, Vol. 5, No. 1 (2016):707-708.

⁹ Kasmir, *Customer Service Excellent Teori Dan Praktik*, 236.

Susanto dan Iwan Kurniawan Subagja (2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah¹⁰

Citra perusahaan yang baik sangatlah dibutuhkan oleh sebuah perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil, karena citra perusahaan adalah sebuah hasil dari kumpulan proses saat nasabah membandingkan segala keunikan dari sebuah perusahaan.¹¹ Citra perusahaan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Artinya, citra perusahaan yang dipersepsikan oleh nasabahnya, maka akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianita Rahayu dan Sri Suharti (2018) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.¹²

Citra perusahaan dapat bernilai positif dan dapat pula bernilai negatif. Hal tersebut bergantung pada bagaimana cara perusahaan dapat menarik masyarakat dalam menilai sebuah citra perusahaannya. Menurunnya loyalitas nasabah dapat disebabkan oleh citra perusahaan yang kurang baik, sehingga nasabah tidak ingin menggunakan produk dan jasanya kembali. Sebaliknya, loyalitas nasabah akan semakin bertambah apabila perusahaan memiliki citra yang baik sehingga nasabah akan bersedia untuk menggunakan jasa atau produk perusahaan kembali.¹³ Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadek Novita Maharani

¹⁰ Puteri Herlanies Susanto dan Iwan Kurniawan Subagja, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza", *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 7, No. 1 (Januari-April 2019): 80.

¹¹ A.A. Ayu Ratih Permata Sari Dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaban Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com* (Klaten: Lakeisha, 2020), 12.

¹² Yulianita Rahayu dan Sri Suharti, "Kualitas Jasa, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Nasabah Pt Bank BJB Kantor Cabang Utama Bandung", *Jurnal Ekubis*, Vol. 3, No. 1 (September 2018): 76.

¹³ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 96.

Dewi, dkk (2019) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁴

Apabila barang ataupun jasa yang dibeli oleh nasabah telah sesuai harapannya, maka akan menimbulkan kepuasan. Begitu juga sebaliknya, apabila barang ataupun jasa yang dibeli kualitasnya jauh di bawah yang diharapkan maka nasabah akan merasa kecewa.¹⁵ Dalam memenuhi kepuasan nasabah, maka perusahaan dituntut untuk peka terhadap pergeseran kebutuhan maupun keinginan nasabah yang bersifat dinamis.¹⁶ Nasabah yang merasa puas pada pemakaian produk serta pelayanan jasanya, maka dikemudian hari nasabah akan melakukan pembelian kembali baik untuk mengkonsumsi kembali produk maupun menggunakan jasa yang sama.¹⁷ Kepuasan nasabah merupakan faktor utama terjadinya loyalitas nasabah.¹⁸ Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanif Julhamsyah, (2020) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁹

Nasabah yang loyal adalah suatu hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup sebuah bank. Maka dari itu, dalam membentuk nasabah yang

¹⁴ Kadek Novita Maharani Dewi, dkk., “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Sari Jaya Sedana Di Klungkung”, *Warmadewa Economic Development Journal*, Vol. 2, No. 1, (2019): 27-28.

¹⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 198.

¹⁶ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (Gowa: Global Research And Consulting Institute, 2017), 80.

¹⁷ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, 82.

¹⁸ Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, (Januari-Juni 2017): 29.

¹⁹ Hanif Julhamsyah, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya”, *Soetomo Business Review*, Vol. 1, No. 1 (2020): 7-8.

loyal, sebuah bank harus mempunyai hubungan yang baik dengan para nasabah.²⁰ Loyalitas nasabah dapat berkembang dengan cara memberikan kualitas layanan yang lebih baik dan meningkatkan citra usaha sebuah bank.²¹ Untuk mampu meningkatkan loyalitas nasabahnya, maka bank harus dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan kepuasan nasabahnya. Semua perusahaan yang bergerak di bidang jasa, haruslah mampu membuat nasabah puas sehingga nantinya akan menghasilkan loyalitas nasabah.²² Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Apriyanti, dkk (2017) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dikategorikan memediasi parsial dan signifikan.²³

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS tidak dapat melaksanakan transaksi lalu lintas pembayaran atau transaksi dalam lalu lintas giral. Fungsi BPRS terbatas hanya pada penghimpunan dana dan penyaluran dana.²⁴

BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan merupakan salah satu lembaga keuangan di Pamekasan yang mempunyai kantor pusat di Jl. KH. Agus Salim No.

²⁰ Kadek Novita Maharani Dewi, dkk., “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Sari Jaya Sedana Di Klungkung”, *Warmadewa Economic Development Journal*, Vol. 2, No. 1, (2019): 19.

²¹ Basuki Sri Rahayu dan Endang Saryanti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Pada PD. BPR BKK Boyolali” *ADVANCE*, Vol. 1, No. 2, (Februari 2014): 12.

²² Mutmainnah, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah”: 203.

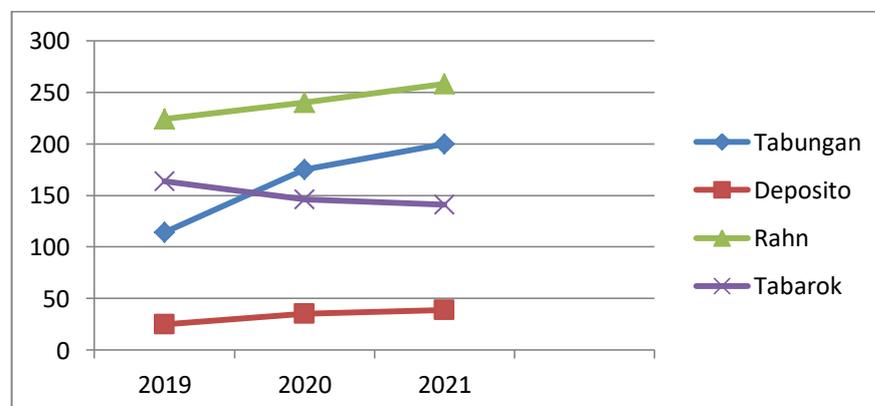
²³ Putri Apriyanti, dkk., “Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang), *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 1, No. 2, (Nopember 2017): 161-162.

²⁴ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: KENCANA, 2017), 54.

20 Pamekasan. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mempunyai 1 Kantor Cabang di Jl. Trunojoyo No. 56 Bangkalan dan 1 Kantor Kas di Jl. Raya Bandaran. BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran berdiri sejak tahun 2015, selama kurang lebih 5 tahun ini BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran mengajak kepada para muslimin dan muslimat untuk menabung dan berinvestasi di Bank Syariah SPM melalui produk *Tabungan Wadi'ah*, *Tabungan Mudharabah* dan Investasi berupa *Deposito Mudharabah*, dan produk lainnya. Selain itu, untuk dapat memberikan kepuasan kepada para nasabah dan mampu menciptakan loyalitas nasabah, maka BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran juga harus mampu meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan meningkatkan citra perusahaan. Oleh karena itu, dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan nasabah yang sesuai dengan harapannya maka nasabah akan merasa puas dan dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

Kurva 1.1

Data Jumlah Nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dalam Periode 3 Tahun



Sumber: BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Berdasarkan kurva data jumlah nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dalam periode 3 tahun tersebut yaitu pada tahun 2019, 2020 dan 2021 dengan rincian jumlah nasabah masing-masing produk di setiap tahunnya, antara lain:

1. Jumlah nasabah tabungan pada tahun 2019 sebanyak 114 nasabah, tahun 2020 sebanyak 175 nasabah dan tahun 2021 sebanyak 200 nasabah.
2. Jumlah nasabah deposito pada tahun 2019 sebanyak 25 nasabah, tahun 2020 sebanyak 35 nasabah dan tahun 2021 sebanyak 39 nasabah.
3. Jumlah nasabah rahn pada tahun 2019 sebanyak 224 nasabah, tahun 2020 sebanyak 240 nasabah dan tahun 2021 sebanyak 258 nasabah.
4. Jumlah nasabah tabarok pada tahun 2019 sebanyak 164 nasabah, tahun 2020 sebanyak 146 nasabah dan tahun 2021 sebanyak 141 nasabah.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah nasabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan seluruh nasabah pada semua produk tanpa terkecuali, terutama produk *rahn* karena nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran mayoritas adalah nasabah pada produk *rahn*. Mengingat seperti yang kita ketahui bahwa BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran ruang lingkupnya kecil tidak seperti kantor kantor cabang ataupun kantor pusat, akan tetapi jumlah nasabahnya semakin meningkat. Oleh karena itu, menarik untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh tingkat kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Sarana

Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*".

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Apriyanti, dkk., yang meneliti tentang "Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang)", diperoleh hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, citra perusahaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, serta pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dikategorikan memediasi parsial dan signifikan.²⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Kadek Novita Maharani Dewi, dkk., yang meneliti tentang "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Sari Jaya Sedana Di Klungkung", yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

²⁵ Putri Apriyanti, dkk., "Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang)", *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 1, No. 2, (Nopember 2017): 161-162.

loyalitas nasabah, serta kualitas layanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.²⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Hanif Julhamsyah, yang meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya”, yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, serta kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.²⁷

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*”**.

²⁶ Kadek Novita Maharani Dewi, dkk., “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Sari Jaya Sedana Di Klungkung”, *Warmadewa Economic Development Journal*, Vol. 2, No. 1, (2019): 27-28.

²⁷ Hanif Julhamsyah, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya”, *Soetomo Business Review*, Vol. 1, No. 1 (2020): 7-8.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan di kaji adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran secara parsial?
3. Bagaimana pengaruh mediasi kepuasan nasabah pada hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran?
4. Bagaimana pengaruh mediasi kepuasan nasabah pada hubungan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran secara parsial.

2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran secara parsial.
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh mediasi kepuasan nasabah pada hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.
4. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh mediasi kepuasan nasabah pada hubungan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian merupakan sebuah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Anggapan dasar tersebut memiliki fungsi yaitu sebagai dasar berpikir dan bertindak dalam melakukan sebuah penelitian, untuk memperjelas variabel yang diteliti, dan menentukan serta merumuskan hipotesis.²⁸ Berikut adalah asumsi dalam penelitian ini, antara lain:

1. Kualitas layanan²⁹ dan citra perusahaan³⁰ yang baik mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

²⁸ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 17-18.

²⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 89.

³⁰ Triyadi, dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Bintaro", *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 3, No. 4 (Juli 2021): 519.

2. Kualitas layanan³¹, citra perusahaan³² dan kepuasan nasabah³³ mampu meningkatkan loyalitas nasabah.
3. Kualitas layanan yang baik dan sesuai dengan harapan nasabah serta citra perusahaan yang baik akan mampu mendorong nasabah untuk memberikan kesan positif terhadap segala sesuatu yang diberikan oleh bank, baik itu produk ataupun jasa sehingga akan menimbulkan kepuasan bagi nasabah. Dengan memuaskan nasabah maka akan meningkatkan loyalitas nasabah.³⁴

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara pada rumusan masalah penelitian, dan telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dengan kata lain bahwa jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan, dan belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Selanjutnya, hipotesis tersebut akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.³⁵ Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran objektif tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

³¹ Ni Komang Pani Yudiadari dan Made Dian Putri Agustina, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Unit Simpan Pinjam Bumdes Dana Merta Desa Tangkup Kabupaten Karangasem”, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Pariwisata*, Vol. 1, No. 1 (Desember 2020): 229.

³² Shella Rizqi Arfianti, “Pengaruh Citra Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah”, *Management Analysis Journal*, Vol. 3, No. 2 (2014): 8.

³³ Ibid.

³⁴ Mareta Daniaty, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BJBS KCP Ciputat” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017), 105.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 99-100.

Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*. Adapun hipotesis dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

H₂: Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

H₃: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

H₄: Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

H₅: Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

H₆: Kepuasan nasabah berpengaruh positif memediasi pada hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

H₇: Kepuasan nasabah berpengaruh positif memediasi pada hubungan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman peneliti dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya tentang kualitas layanan dan citra perusahaan dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*

b. Bagi IAIN Madura

Diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan suatu ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi ataupun rujukan yang dapat berguna bagi Program Studi Perbankan Syariah sebagai acuan apabila ingin melakukan penelitian yang sama.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, pemahaman dan tambahan konsep serta dijadikan acuan dan bahan kajian untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

Diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dalam rangka mengevaluasi dan menyempurnakan kualitas layanan dan citra perusahaannya untuk memberikan kepuasan nasabah sehingga banyak nasabah yang memiliki loyalitas yang tinggi terhadap BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

b. Bagi Masyarakat Umum

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan yang lebih mendalam kepada masyarakat mengenai perbankan syariah.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian digunakan untuk memberikan batasan terhadap variabel-variabel penelitian, populasi ataupun subjek penelitian, dan lokasi yang akan diteliti.³⁶ Berikut adalah ruang lingkup dalam penelitian ini, antara lain:

1. Ruang Lingkup Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu kuantitas atau karakteristik yang mempunyai nilai atau kuantitas yang dapat berubah-ubah.³⁷ Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel yang menjadi fokus penelitian, antara lain:

³⁶ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi (Pamekasan: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 19.

a. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel independen atau bisa disebut juga dengan variabel bebas merupakan variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi variabel terikat. Variabel independen juga merupakan faktor-faktor yang diukur atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi atau diamati.³⁸ Variabel independen umumnya disimbolkan dengan variabel X. Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu terdiri dari:

1) Kualitas Layanan (X₁)

Menurut Othman dan Owen dalam Rudy Haryanto, kualitas layanan dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain sebagai berikut:³⁹

- a) *Compliance* (Kepatuhan)
- b) *Assurance* (Jaminan)
- c) *Reliability* (Kehandalan)
- d) *Tangible* (Bukti Fisik)
- e) *Empathy* (Empati)
- f) *Responsiveness* (Cepat Tanggap)

³⁷ Wahyu Hidayat Riyanto dan Achmad Mohyi, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Malang: UMM PRESS, 2020), 62.

³⁸ Abd. Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021), 62.

³⁹ Othman dan Owen dalam Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah: Teori Dan Praktik* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 27.

2) Citra Perusahaan (X₂)

Menurut Harrison yang dikutip dari Suwandi dalam Rudy Haryanto, citra perusahaan dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain sebagai berikut:⁴⁰

- a) *Personality* (Kepribadian)
- b) *Reputation* (Reputasi)
- c) *Value* (Nilai)
- d) *Corporate Identity* (Identitas Perusahaan)

b. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel dependen atau bisa juga disebut dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat atau variabel tergantung adalah faktor-faktor yang diobservasi dan diukur untuk menentukan adanya pengaruh variabel bebas, yaitu faktor yang muncul, tidak muncul, atau berubah sesuai dengan yang diperkenalkan oleh peneliti.⁴¹ Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah yang disimbolkan dengan variabel Y.

Menurut Jill Griffin, loyalitas nasabah dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain sebagai berikut:⁴²

- 1) Kesiediaan untuk melakukan pembelian secara berulang dan teratur

⁴⁰ Harrison dikutip dari Suwandi dalam Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah: Teori Dan Praktik*, 44-45.

⁴¹ Abd. Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021), 62-63.

⁴² Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), 31.

- 2) Membeli antar produk dan jasa.
- 3) Merekomendasikan produk ataupun jasa perusahaan kepada orang lain
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik produk atau jasa sejenis dari para pesaing.

c. Variabel *Intervening* (Variabel Z)

Variabel *intervening* adalah variabel yang berada diantara hubungan variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak secara langsung mempengaruhi variabel dependen.⁴³ Variabel *intervening* pada penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah yang disimbolkan dengan variabel Z.

Menurut Handi Irawan dalam Kartika Yuliantari, dkk., kepuasan nasabah dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain sebagai berikut:⁴⁴

- 1) Kualitas Produk
- 2) Harga
- 3) Kualitas Pelayanan
- 4) Emosional
- 5) Kemudahan untuk Mendapatkan Produk atau Jasa

⁴³ Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2017), 64.

⁴⁴ Handi Irawan dalam Kartika Yuliantari, dkk., *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), 105-108.

2. Ruang Lingkup Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini adalah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran yang berada di Jalan Raya Bandaran, Tlanakan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur.

H. Definisi Istilah

Definisi istilah digunakan untuk menghindari adanya kesalahpahaman dalam menafsirkan sebuah maksud yang terdapat pada beberapa istilah dalam penelitian ini. Berikut adalah penjelasan dari beberapa istilah dalam penelitian ini:

1. Kualitas Layanan merupakan sebuah tingkat layanan dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.
2. Citra Perusahaan merupakan sebuah kesan, perasaan, dan persepsi terhadap perusahaan yang terbentuk di benak khalayak publik.
3. Loyalitas Nasabah adalah suatu sikap yang sangat positif dari nasabah pada sebuah perusahaan yang disertai dengan komitmen untuk melakukan pembelian berulang terhadap produk atau jasa secara konsisten.
4. Kepuasan Nasabah merupakan respon nasabah terhadap produk ataupun jasa yang diterima dari perusahaan dengan membandingkan antara kinerja perusahaan dan persepsi atau harapannya.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Adanya kajian penelitian terdahulu yaitu sebagai pendukung untuk melakukan sebuah penelitian dan sebagai tolak ukur perbandingan antara penelitian yang telah ada dengan penelitian saat ini. Adapun beberapa penelitian

terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*, antara lain:

Tabel 1.1
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Putri Apriyanti, Djasuro dan Lutfi (2017) ⁴⁵	Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, citra perusahaan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dikategorikan memediasi parsial dan signifikan.

⁴⁵ Putri Apriyanti, dkk., "Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang), *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 1, No. 2, (Nopember 2017): 161-162.

2.	Kadek Novita Maharani Dewi, A.A Ketut Jayawarsa dan A.A Sri Purnami (2019) ⁴⁶	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Sari Jaya Sedana Di Klungkung	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah secara parsial. Serta kualitas layanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
3.	Hanif Julhamsyah (2020) ⁴⁷	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Citra perusahaan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.

⁴⁶ Kadek Novita Maharani Dewi, dkk., "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Sari Jaya Sedana Di Klungkung", *Warmadewa Economic Development Journal*, Vol. 2, No. 1, (2019): 27-28.

⁴⁷ Hanif Julhamsyah, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", *Soetomo Business Review*, Vol. 1, No. 1 (2020): 7-8.

4.	Selvy Damayanti (2018) ⁴⁸	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
5.	Gusti Alit Saputra (2020) ⁴⁹	Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara citra perusahaan dengan loyalitas nasabah.

Sumber: Berdasarkan jurnal pada masing-masing penelitian terdahulu

⁴⁸ Selvy Damayanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 7, No. 11, (November 2018), 13-14.

⁴⁹ Gusti Alit Saputra, "Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan", *Warmadewa Management and Business Journal*, Vol. 2, No. 2, (Agustus 2020), 99-100.

Adapun perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini, yaitu antara lain:

1. Penelitian Putri Apriyanti, Djasuro dan Lutfi (2017)⁵⁰
 - a. **Perbedaan:** Penelitian yang dilakukan oleh Putri Apriyanti, Djasuro dan Lutfi, pada tahun 2017 dengan objek penelitian di Bank BJB Cabang Serang, dan yang menjadi responden dalam penelitian tersebut adalah nasabah tabungan. Sedangkan objek penelitian penulis dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, dan responden dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.
 - b. **Persamaan:** Sama-sama melakukan penelitian terkait pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

⁵⁰ Putri Apriyanti, dkk., "Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang), *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 1, No. 2, (Nopember 2017): 161-162.

2. Penelitian Kadek Novita Maharani Dewi, A.A Ketut Jayawarsa dan A.A Sri Purnami (2019)⁵¹

- a. **Perbedaan:** Penelitian yang dilakukan oleh Kadek Novita Maharani Dewi, A.A Ketut Jayawarsa dan A.A Sri Purnami, pada tahun 2019 dengan objek penelitian yaitu pada PT. BPR Sari Jaya Sedana di Klungkung. Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut hanya variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan loyalitas nasabah. Sedangkan objek penelitian penulis dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas layanan, citra perusahaan, loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah.
- b. **Persamaan:** Sama-sama melakukan penelitian terkait bagaimana pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

3. Penelitian Hanif Julhamsyah (2020)⁵²

- a. **Perbedaan:** Penelitian yang dilakukan oleh Hanif Julhamsyah, pada tahun 2020 dengan objek penelitiannya yaitu pada Bank Jatim Cabang Utama

⁵¹ Kadek Novita Maharani Dewi, dkk., “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Sari Jaya Sedana Di Klungkung”, *Warmadewa Economic Development Journal*, Vol. 2, No. 1, (2019): 27-28.

⁵² Hanif Julhamsyah, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya”, *Soetomo Business Review*, Vol. 1, No. 1 (2020): 7-8.

Surabaya, dan yang menjadi responden dalam penelitian tersebut adalah nasabah kredit. Sedangkan objek penelitian penulis dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, dan responden dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

- b. Persamaan:** Sama-sama melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.

4. Penelitian Selvy Damayanti (2018)⁵³

- a. Perbedaan:** Penelitian yang dilakukan oleh Selvy Damayanti, pada tahun 2018 dengan objek penelitian yaitu di Bank Central Asia KCU Veteran Suarabaya. Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu variabel kualitas layanan, citra perusahaan, kepercayaan dan loyalitas nasabah. Sedangkan objek penelitian penulis dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu variabel kualitas layanan, citra perusahaan, loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah.

⁵³ Selvy Damayanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 7, No. 11, (November 2018), 13-14.

- b. Persamaan:** Sama-sama melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah, namun pada penelitian saat ini lebih fokus pada penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.

5. Penelitian Gusti Alit Saputra (2020)⁵⁴

- a. Perbedaan:** Penelitian yang dilakukan oleh Gusti Alit Saputra, pada tahun 2020 dengan objek penelitian yaitu Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Abiantuwung di Tabanan Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu variabel kepuasan nasabah, citra perusahaan, dan loyalitas nasabah. Sedangkan objek penelitian penulis dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas layanan, citra perusahaan, loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah.
- b. Persamaan:** Sama-sama melakukan penelitian tentang mediasi kepuasan nasabah mampu mempengaruhi citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

⁵⁴ Gusti Alit Saputra, "Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan", *Warmadewa Management and Business Journal*, Vol. 2, No. 2, (Agustus 2020), 99-100.