

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul *Pengaruh Kualitas Jasa Bank Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*. Penelitian ini dilakukan pada salah satu bank milik negara (BUMN) dan penulis menyamarkan identitas bank terkait dengan perjanjian yang telah disepakati antara penulis dengan bank dan kemudian penulis menyebutnya dengan Bank X. Tujuan penelitian ini adalah menetapkan adanya pengaruh kualitas jasa bank *soft* dan terhadap kualitas jasa bank *hard*, kemudian menetapkan adanya pengaruh kualitas jasa bank *soft* dan *hard* terhadap kepuasan nasabah Bank X, dan menetapkan adanya pengaruh kualitas jasa bank *soft* dan *hard* terhadap loyalitas nasabah Bank X dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.

Penelitian ini dilakukan dengan metode statistik dan deskriptif. Hal ini bertujuan agar penelitian dapat memperoleh hasil yang akurat, sehingga dapat dicari solusi yang tepat. Populasi yang diteliti adalah para nasabah Bank X yang dilayani oleh *customer services* pada Bank X secara langsung. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden dengan metode *convenience sampling*.

Metode pengolahan dan analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh kualitas jasa *soft* dan *hard* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*. Penilaian statistik dilakukan dengan menggunakan kuesioner, selanjutnya diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 23. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata penilaian kualitas jasa *soft* adalah 4,13 (Baik), kualitas jasa *hard* sebesar 4,08 (Baik), kepuasan nasabah sebesar 3,93 (Baik), sedangkan loyalitas nasabah sebesar 3,70 (Baik). Dalam model I terdapat pengaruh signifikan positif kualitas jasa *soft* terhadap kualitas jasa *hard*. Begitu pula pada model II terdapat pengaruh signifikan positif kualitas jasa *soft* dan *hard* terhadap kepuasan nasabah. Kemudian pada model III tidak terdapat pengaruh signifikan positif kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah namun apabila variabel kualitas jasa *soft* dan *hard* dihapus, maka terdapat pengaruh signifikan positif kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci : kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah