



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 14599-14608

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Efektivitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan

Indira Gadis Farhani¹, Indawati Lestari²

¹²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area

¹indiragadis@gmail.com, ²indahwatilestari@staff.uma.ac.id

Abstrak

Sektor perbankan dituntut untuk terus meningkatkan efektivitas pelayanan dan membangun kepercayaan nasabah guna mempertahankan daya saing di tengah persaingan industri yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efektivitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan. Penelitian didasarkan pada konsep kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan yang menjelaskan bahwa pelayanan yang efektif dan tingkat kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan kepuasan, sehingga mendorong terbentuknya loyalitas nasabah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert kepada responden yang dipilih berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 90%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 91 responden dari total populasi 1.026 nasabah. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 8,196$; $\text{sig.} = 0,000$), demikian pula kepercayaan ($t = 8,632$; $\text{sig.} = 0,000$). Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah ($t = 7,102$; $\text{sig.} = 0,000$) dengan koefisien sebesar 0,739. Namun, efektivitas pelayanan dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator penuh dalam membentuk loyalitas nasabah, dengan kemampuan model menjelaskan variasi loyalitas sebesar 60,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci: Efektivitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Nasabah, Bank Sumut

1. Latar Belakang

Sektor perbankan memainkan peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja melalui alokasi sumber daya yang efektif. King dan Levine telah menunjukkan bahwa kualitas organisasi keuangan berkorelasi langsung dengan kecepatan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Di tengah tekanan globalisasi, kemajuan teknologi, dan deregulasi industri perbankan, lembaga keuangan dituntut untuk terus meningkatkan daya saingnya agar mampu mempertahankan posisi di pasar yang semakin kompetitif (Roghanian et al., 2012).

Bank sebagai lembaga keuangan mengemban fungsi ganda, yaitu sebagai penghimpun dana masyarakat sekaligus agen pembangunan nasional. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, bank didefinisikan sebagai badan usaha yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkannya kembali untuk meningkatkan kesejahteraan umum (Arrahman & Adnan, 2024). Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, bank tidak cukup hanya menawarkan beragam produk, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang efektif dan membangun kepercayaan nasabah sebagai fondasi loyalitas jangka panjang.

Efektivitas pelayanan dan kepercayaan merupakan dua faktor krusial yang secara langsung memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen dalam industri perbankan. Efektivitas pelayanan mencakup kecepatan pemrosesan transaksi, akurasi informasi, serta lingkungan layanan yang responsif dan membantu. Sementara itu, kepercayaan dibangun melalui kerahasiaan, transparansi transaksi keuangan, dan jaminan keamanan data nasabah. Ketika kedua aspek ini terpenuhi, kepuasan konsumen meningkat, yang pada akhirnya mendorong loyalitas terhadap bank.

Pengaruh Efektivitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan

Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan, sebagai salah satu unit layanan Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara, menghadapi tantangan nyata dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya. Hasil prasurvei menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai kualitas layanan bank belum memenuhi ekspektasi mereka secara konsisten. Hanya 30% responden yang merekomendasikan bank kepada orang lain, lebih dari 60% merasa kebutuhan mereka belum terpenuhi, dan sebagian besar menilai proses transaksi masih belum efisien. Dari sisi kepercayaan, lebih dari 60% responden menyatakan kurang yakin terhadap sistem keamanan dan integritas informasi produk yang diberikan bank. Data ini mengindikasikan adanya kesenjangan signifikan antara harapan nasabah dan layanan yang diterima.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji topik serupa dengan hasil yang beragam. (April et al., 2023) menemukan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sebaliknya, (Udayana & Lukitaningsih, 2022) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Siregar et al., 2020) membuktikan bahwa kualitas pelayanan Bank Sumut berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, sementara (Sakti, 2023) menunjukkan bahwa kepercayaan tidak selalu memperkuat hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Kesenjangan temuan dalam penelitian-penelitian tersebut, dikombinasikan dengan kondisi empiris Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan, menjadi landasan pentingnya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efektivitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen bank dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempererat hubungan jangka panjang dengan Nasabah.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih) tersebut. Di mana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis. Penelitian asosiatif (Sugiyono, 2019) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Subjek dalam penelitian ini merupakan nasabah di wilayah Sei Suka, Sei Suka/Deras, Tanjung Balai Asahan, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara sejumlah 1.026 per desember (2023). Dengan menggunakan rumus *slovin*, yang Dimana dengan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, (Sugiyono, 2019). Maka diperoleh hasil dari jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 91nasabah. Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik kuisioner, dimana peneliti akan membuat daftar pernyataan dalam bentuk angket skala *likert*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi berganda dengan program SPSS sebagai media menganalisis data. Analisis data untuk pengujian hipotesis ini inginakan analisis regresi berganda untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen (Efektivitas Pelayanan dan Kepercayaan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas).

Asumsi Klasik

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara sesama variabel independen. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2018).

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengumpulan data akan dihimpun setiap variabel sebagai suatu nilai dari setiap responden dan dapat dihitung melalui program SPSS. Metode penganalisaan data menggunakan perhitungan statistik dan

program SPSS untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan apakah dapat diterima atau ditolak. Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel yaitu:

Model 1 yaitu pengaruh Kepuasan Konsumen (Y_1) terhadap Efektivitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2).

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Model 2 yaitu pengaruh Loyalitas (Y_2) terhadap Efektivitas Pelayanan (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Kepuasan Konsumen (Y_1) Model pengaruh tersebut disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$$Y_2 = a + b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Y_1 + e$$

Y_1	= Kepuasan Konsumen
Y_2	= Loyalitas Pelanggan
a	= Konstanta
X_1	= Efektivitas Pelayanan
X_2	= Kepercayaan
$b_1... b_5$	= Koefisien regresi
e	= Error term (Standar Error)

Uji Hipotesis

Uji Simultan (f)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung terhadap t tabel dengan ketentuan sebagai berikut (Ghozali, 2018).

Uji Parsial (t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Cara yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut (Ghozali, 2018).

Uji Koefisien Determinasi R

Koefisien determinasi, yang juga dikenal sebagai R^2 , adalah ukuran seberapa baik variabel independen menjelaskan variasi dalam variabel dependen dalam model regresi. Ini memberikan indikasi tentang seberapa baik model regresi sesuai dengan data yang diamati (Ghozali, 2018).

3. Hasil dan Diskusi

Hasil Penelitian

Uji Normalitas

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62171813
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.041
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

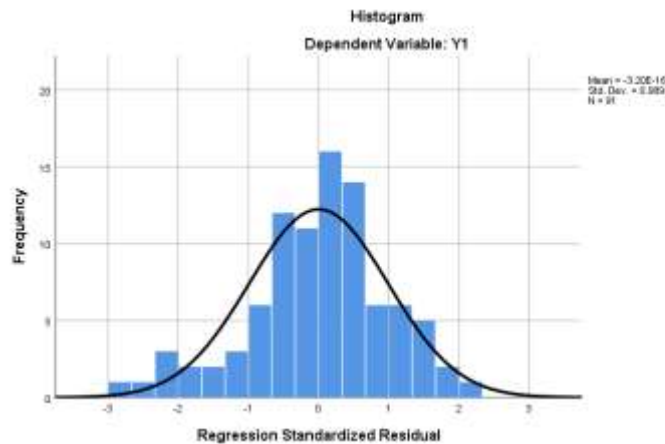
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

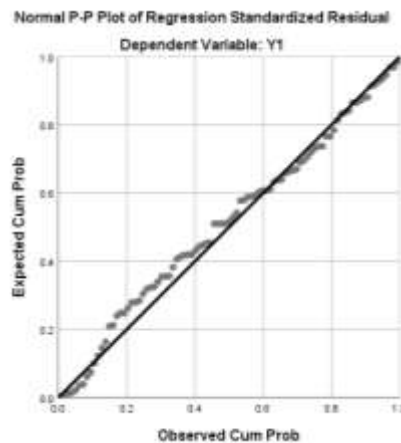
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One-TestKolmogrov-Smirnov(K-S)* pada tabel uji normalitas (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) sebesar $0.200 > (0.05)$. Hasil yang diperoleh menunjukkan, dari total 91 responden.



Gambar 4. 1 HISTOGRAM



Gambar 4. 2 Probability Plot

Pengujian normalitas selain menggunakan Kolmogrov-Smirnov Test, dapat juga dilakukan dengan pendekatan normal probability plot dan pendekatan histogram. Berdasarkan hasil pada kedua gambar diatas, diketahui bahwa pada P-plot, persebaran data (titik) berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dan pada gambar grafik histogram membentuk kurva normal, yakni berbentuk lonceng. Dengan demikian data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.461	1.752		.263	.793		
	X1	.275	.034	.580	8.196	.000	.965	1.037
	X2	.256	.030	.610	8.632	.000	.965	1.037

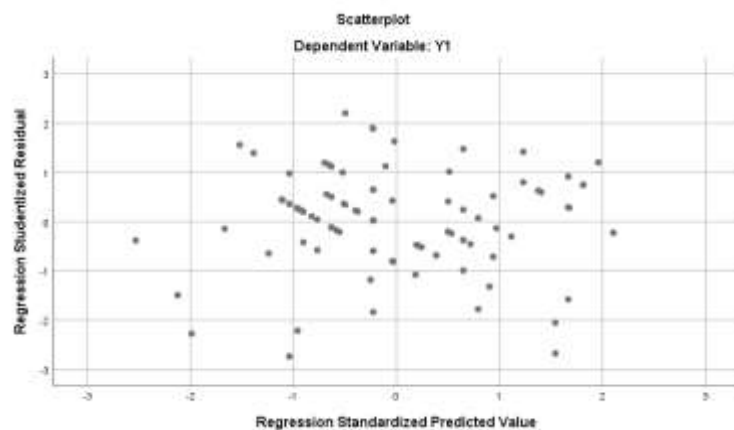
a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,975 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 1.037 (< 10) untuk kedua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model 1

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.461	1.752		.263	.793		
	X1	.275	.034	.580	8.196	.000	.965	1.037
	X2	.256	.030	.610	8.632	.000	.965	1.037

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh model 1 persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu :

$$Y_1 = 0.461 + 0.274 (X_1) + 0.356 (X_2)$$

1. Konstanta 0.461 berarti jika Efektivitas Pelayanan dan Kepercayaan bernilai 0, maka Kepuasan Pelanggan sebesar 0.461.
2. Koefisien 0,274 X_1 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satu point pada Efektivitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,274 satuan.
3. Koefisien 0,356 X_2 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satu point pada Kepercayaan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,356 satuan.

Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model 2

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.300	1.711	.175	.861		
	X1	-9.029E-6	.044	.000	1.000	.547	1.828
	X2	.031	.039	.073	.436	.522	1.914
	Y1	.739	.104	.737	.000	.425	2.355

a. Dependent Variable: Y2

Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh model 2 persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu :

$$Y_2 = 0.300 + 0.000 (X_1) + 0.031 (X_2) + 0.739 (Y_1)$$

1. Konstanta (0,300) nilai dasar loyalitas jika semua variabel independen bernilai nol.
2. Koefisien Y_1 (0,739) menunjukkan pengaruh positif yang sangat kuat. Setiap peningkatan satu satuan Kepuasan Pelanggan akan meningkatkan Loyalitas sebesar 0,739 satuan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.461	1.752	.263	.793		
	X1	.275	.034	8.196	.000	.965	1.037
	X2	.256	.030	8.632	.000	.965	1.037

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

1. Variabel X_1 (Efektivitas Pelayanan): Memiliki nilai t-hitung sebesar 8,196 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menyimpulkan bahwa secara parsial, Efektivitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Variabel X_2 (Kepercayaan): Memiliki nilai t-hitung sebesar 8,632 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menyimpulkan bahwa secara parsial, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.300	1.711		.175	.861		
	X1	-.029E-6	.044	.000	.000	1.000	.547	1.828
	X2	.031	.039	.073	.782	.436	.522	1.914
	Y1	.739	.104	.737	7.102	.000	.425	2.355

a. Dependent Variable: Y2

Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

1. Variabel X_1 (Efektivitas Pelayanan): Nilai signifikansi $1,000 > 0,05$ dan t-hitung 0,000. Artinya, secara parsial Efektivitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Loyalitas.
2. Variabel X_2 (Kepercayaan): Nilai signifikansi $0,436 > 0,05$ dan t-hitung 0,782. Artinya, secara parsial Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Loyalitas.
3. Variabel Y_1 (Kepuasan Pelanggan): Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t-hitung 7,102. Artinya, secara parsial Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas.

Uji Simultan (f)

Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan (f)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	320.841	2	160.421	59.642	.000 ^b
	Residual	236.697	88	2.690		
	Total	557.538	90			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

Berdasarkan table diatas dapat kita ketahui bahwa Nilai F-hitung berdasarkan tabel, nilai F-hitung adalah 59,642. nilai Signifikansi (Sig.) adalah 0,000. Model dinyatakan signifikan jika nilai Sig. $< 0,05$. Karena nilai $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y_1) pada Bank Sumut KCP Kebun Kopi.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	338.170	3	112.723	43.935	.000 ^b
	Residual	223.214	87	2.566		
	Total	561.385	90			

a. Dependent Variable: Y2

b. Predictors: (Constant), Y1, X1, X2

Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

Berdasarkan table diatas dapat kita ketahui bahwa Nilai F-hitung berdasarkan tabel, nilai F-hitung adalah 43,935. nilai signifikansi (Sig.) adalah 0,000. Model dinyatakan signifikan jika nilai Sig. $< 0,05$. Karena nilai $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas Pelayanan (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Kepuasan

Pelanggan (Y_1) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y_2) pada Bank Sumut KCP Kebun Kopi.

Uji Koefisien Determinasi R

Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 ^a	.575	.566	1.64004

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

Berdasarkan table diatas dapat kita ketahui bahwa angka R (0,759). Hubungan antara Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Kepuasan (Y_1) adalah kuat. R Square (0,575) Variabel Pelayanan dan Kepercayaan memengaruhi Kepuasan sebesar 57,5%. Sisa (42,5%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.602	.589	1.60177

a. Predictors: (Constant), Y1, X1, X2

Sumber : Data diolah peneliti hasil output SPSS statistics 26, 2025.

Berdasarkan table diatas dapat kita ketahui bahwa angka R (0,776). hubungan antara Pelayanan (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Kepuasan (Y_1) terhadap Loyalitas (Y_2) adalah sangat kuat. R Square (0,602). Variabel Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan secara bersama-sama memengaruhi Loyalitas sebesar 60,2%. sisa (39,8%): Dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Pembahasan Pengaruh Efektivitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian Anda menunjukkan bahwa Efektivitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan. Hipotesis 1 (H1): Efektivitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y_1). Hipotesis 2 (H2): Kepercayaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y_1). Temuan ini didukung oleh penelitian Aisha (2017) di Bank Sumut Cabang Medan Iskandar Muda yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra dan kepuasan nasabah. Selain itu, (Singh et al., 2023) dalam tinjauan literturnya menegaskan bahwa pelayanan prima membangun fondasi kepercayaan dan kepuasan yang kuat dalam lembaga keuangan. Hasil ini memperkuat teori bahwa di lingkungan Bank Sumut, kepuasan nasabah sangat bergantung pada seberapa efektif staf melayani dan seberapa besar rasa aman (kepercayaan) yang dirasakan nasabah.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H3), ditemukan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf nyata 0,05 ($\alpha = 5\%$). Nilai t-hitung yang dihasilkan adalah positif, yang menunjukkan adanya hubungan searah. Dengan demikian, Hipotesis 3 diterima, yang berarti Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumut KCP Kebun Kopi. Hal ini sangat sejalan dengan temuan (Wantara, 2015) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan signifikan dan positif terhadap loyalitas. Penelitian (Pertiwi et al., 2021) pada bank-bank BUMN juga menunjukkan hasil serupa, di mana kepuasan nasabah merupakan pendorong utama terciptanya loyalitas nasabah dan pihak ketiga (DPK). Loyalitas nasabah Bank Sumut KCP Kebun Kopi terbukti merupakan hasil langsung dari pengalaman yang memuaskan.

Pengaruh Efektivitas pelayanan terhadap loyalitas secara langsung maupun melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Hasil penelitian Anda menunjukkan bahwa Pelayanan dan Kepercayaan memengaruhi Loyalitas secara tidak langsung melalui Kepuasan (Mediasi Sempurna). Temuan ini memperkuat penelitian (Azizah, 2020) yang menemukan bahwa kualitas layanan memengaruhi loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan nasabah. Selain itu, hasil ini sangat relevan dengan penelitian (Sihombing & Harahap, 2023) pada pengguna Mobile Banking Bank Sumut, yang menemukan bahwa kepuasan adalah variabel kunci yang menghubungkan kemudahan penggunaan dengan loyalitas.

Nilai R-Square Anda yang sebesar 60,2% lebih tinggi dibandingkan temuan (Sihombing & Harahap, 2023) yang sebesar 48,2%. Hal ini membuktikan bahwa model yang Anda bangun (dengan memasukkan variabel Kepercayaan) memiliki daya jelaskan yang lebih kuat dalam memetakan loyalitas nasabah Bank Sumut.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efektivitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS terhadap 91 responden, diperoleh kesimpulan sebagai berikut; Efektivitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 8,196 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin efektif pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 8,632 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nasabah yang merasa aman, mendapatkan informasi yang transparan, serta yakin terhadap integritas bank cenderung merasakan kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 7,102 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,739, yang menunjukkan pengaruh yang sangat kuat. Nasabah yang puas akan cenderung untuk terus menggunakan layanan bank dan merekomendasikannya kepada orang lain. Efektivitas pelayanan dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas nasabah. Efektivitas pelayanan memiliki nilai signifikansi $1,000 > 0,05$ dan kepercayaan memiliki nilai signifikansi $0,436 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel tersebut terhadap loyalitas bersifat tidak langsung, melainkan harus dimediasi terlebih dahulu oleh kepuasan pelanggan. Secara simultan, efektivitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F-hitung sebesar 59,642 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, serta mampu menjelaskan 57,5% variasi kepuasan pelanggan. Selanjutnya, efektivitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai F-hitung sebesar 43,935 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, dengan daya jelaskan sebesar 60,2%. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berfungsi sebagai mediator penuh (full mediation) dalam hubungan antara efektivitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan. Model yang dibangun dalam penelitian ini terbukti memiliki daya jelaskan yang lebih kuat dibandingkan penelitian sejenis, mengingat variabel kepercayaan yang diikutsertakan memberikan kontribusi signifikan dalam menjelaskan dinamika loyalitas nasabah. Oleh karena itu, Bank Sumut KCP Kebun Kopi Batubara Sei Asahan perlu memprioritaskan peningkatan efektivitas pelayanan dan penguatan kepercayaan nasabah sebagai strategi utama dalam membangun kepuasan yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas nasabah yang berkelanjutan.

Referensi

1. April, D., Simangunsong, Y., Lathief, M., & Nasution, I. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam). *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(4), 153–173. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v1i4.435>
2. Ardhanari, M. (2008). Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference Dan Repurchase Intention Private Brand.
3. Arrahman, F., & Adnan, F. (2024). Efektivitas Pelayanan Penyaluran Kredit Kepada Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *Brand Office Tuanku Tambusai Pekanbaru. Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 9786–9795.
4. Azizah, N. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Fasilitas Branchless Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri). *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 1.
5. Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat (7th ed.). Universitas Diponegoro.
6. (Mardianti, S. (2023). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol.6, No.4(No.4).

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11093>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

7. Parasuraman, A., & Zinkhan, G. (2002). Marketing to and Serving Customers through the Internet: An Overview and Research Agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
8. Pertiwi, K., Sofiati, N., & Sudaryo, Y. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Terhadap Loyalitas (Survey Nasabah Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk). *Jurnalindonesiamembangun*, 20.
9. Roghanian, P., Rasli, A., & Gheysari, H. (2012). Productivity Through Effectiveness and Efficiency in the Banking Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 550–556. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.229>
10. Sakti, B. P. (2023). Pengaruh Efektivitas Komunikasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepercayaan Pada Nasabah. *Jurnal Darma Agung*, 31(3), 406. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v31i3.3254>
11. Sigalingging, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Perilaku Konsumen (Studi pada bisnis asuransi kerugian di Yogyakarta).
12. Sihombing, E., & Harahap, K. (2023). The Effect of the Effectiveness of Ease of Use and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Bank Sumut Mobile Banking Users in Medan City. *Journal of Finance and Business Digital*, 2(4), 601–614.
13. Singh, V., Sharma, M. P., Jayapriya, K., Kiran Kumar, B., Raj, M. A., Chander, N., & Kumar, B. R. (2023). Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty: A Comprehensive Literature Review. In *Journal of Survey in Fisheries Sciences* (Vol. 10, Number 4S).
14. Siregar, M., Normi, S., & Panjaitan, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut Medan Cabang Sukaramai. *Jurnal Ilmiah Methonomi*.
15. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.
16. Udayana, I., & Lukitaningsih, A. (2022). Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02). <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>
17. Wantara, P. (2015). International Journal of Economics and Financial Issues The Relationships among Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty in Library Services. *International Journal of Economics and Financial Issues*, (5), 10–11. <http://www.econjournals.com>