

ABSTRAK

Persaingan industri perbankan yang semakin ketat serta perubahan perilaku nasabah akibat percepatan digitalisasi menjadikan kualitas layanan dan keunggulan produk sebagai faktor penting dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah. Bank Mandiri Area Semarang Pemuda, sebagai salah satu area layanan dengan aktivitas transaksi tinggi dan keragaman nasabah, perlu memastikan bahwa layanan dan produk yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi nasabah secara konsisten. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana kualitas layanan dan keunggulan produk berdampak pada loyalitas pelanggan di Bank Mandiri Area Semarang Pemuda, dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai mediator. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode explanatory research. Sampel berjumlah 210 nasabah aktif yang dipilih menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan SEM-AMOS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (estimate = 0,560; $p < 0,001$). Keunggulan Produk juga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (estimate = 0,246; $p = 0,029$). Namun, Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (estimate = 0,034; $p = 0,802$). Sebaliknya, Keunggulan Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (estimate = 0,269; $p = 0,010$). Kepuasan Nasabah menjadi variabel paling kuat dalam membentuk Loyalitas Nasabah (estimate = 0,659; $p < 0,001$). Nilai R^2 menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh model sebesar 60,9%, sedangkan Loyalitas Nasabah sebesar 65,8%.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Keunggulan Produk, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.