

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk Tabungan Bima dan kualitas layanan Bima Mobile terhadap loyalitas nasabah Bank Jateng Cabang Utama dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya jumlah penutupan rekening Tabungan Bima di Bank Jateng Cabang Utama selama periode 2021-2025, yang mengindikasikan adanya permasalahan terkait loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Tabungan Bima Bank Jateng Cabang Utama yang menggunakan layanan Bima Mobile. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk Tabungan Bima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan Bima Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk Tabungan Bima tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan kualitas layanan Bima Mobile berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas produk Tabungan Bima berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening, yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berperan sebagai mediasi penuh (*full mediation*). Sementara itu, kualitas layanan Bima Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening, yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berperan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*) dalam hubungan antara kualitas layanan Bima Mobile dan loyalitas nasabah.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi teoretis dalam penguatan peran kepuasan nasabah sebagai variabel intervening dalam membangun loyalitas nasabah perbankan, khususnya pada konteks produk tabungan dan layanan digital. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Bank Jateng dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas produk tabungan dan layanan Bima Mobile guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, SEM-PLS