

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat di sektor perbankan memicu perubahan signifikan dalam bisnis perbankan, yang dipengaruhi oleh perubahan permintaan nasabah, kemajuan teknologi, serta kompetisi dari bank lain dan lembaga keuangan non-bank. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI Finance Jember dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 186 nasabah PT. BRI Finance Jember. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan aplikasi *WarpPLS* untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antara variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang pada gilirannya secara signifikan meningkatkan loyalitas nasabah. Selain itu, kepuasan nasabah berperan sebagai variabel *intervening* yang memperkuat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan pembangunan kepercayaan sebagai strategi utama dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah PT. BRI Finance Jember. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi manajemen perusahaan dalam merancang kebijakan pelayanan dan komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah

ABSTRAK

The increasingly fierce competition in the banking sector has triggered significant changes in the banking business, influenced by changes in customer demand, technological advances, and competition from other banks and non-bank financial institutions. This study aims to analyze the effect of service quality and trust on customer loyalty at PT. BRI Finance Jember, with customer satisfaction as an intervening variable. The research method uses a quantitative approach with data collection through questionnaires distributed to 186 customers of PT. BRI Finance Jember. Data analysis was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of the WarpPLS application to test the direct and indirect relationships between these variables. The results show that service quality and trust have a significant effect on customer satisfaction, which in turn significantly increases customer loyalty. In addition, customer satisfaction acts as an intervening variable that strengthens the influence of service quality and trust on customer loyalty. These findings emphasize the importance of improving service quality and building trust as a key strategy in maintaining and increasing customer loyalty at PT. BRI Finance Jember. This study provides a practical contribution to company management in designing effective service and communication policies to improve customer satisfaction and loyalty.

Keywords: service quality, trust, customer satisfaction, customer loyalty