

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON LOYALTY WITH SATISFICATION AS INTERVENING VARIABLES (CASE STUDY PT SARANA LAMPUNG VENTURA)**

**By**

**SALSABILA NISRINA**

As many variances of bank and non-bank financial institutions makes the intensity of competition between financial institutions. In the midst of competition, it's very important for companies to improve service quality to create satisfaction that can make customers loyal. This research is to analyze and obtain evidence the effect of service quality on loyalty with satisfication as mediating in every variable on PT Sarana Lampung Ventura.

This research uses a quantitive appoarch. The method of collecting data are aimed to customer PT Sarana Lampung Ventura by the questionnaire. The sample used was 100 respondents with sampling purposive method. The analytical method used in this research uses Partial Least Square (PLS).

The result prove that service quality has a positive effect on satisfication, customer loyalty has a positive effect on loyalty, satisfication has a positive effect on loyalty and service quality has a positive effect on loyalty with satisfication as intervening variable.

**Key words:** Financial Institution, Service Quality, Loyalty and Satisfication.

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PT SARANA LAMPUNG VENTURA)**

**Oleh**

**SALSABILA NISRINA**

Timbulnya berbagai lembaga keuangan bank maupun nonbank menjadikan tingginya intensitas kompetitif antar lembaga keuangan. Ditengah pesatnya persaingan, sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan agar terciptanya kepuasan yang dapat menjadikan nasabah loyal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada PT Sarana Lampung Ventura. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 100 menggunakan metode purposive sampling. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian membuktikan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas, kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi.

**Kata Kunci:** Lembaga Keuangan, Kualitas Layanan, Loyalitas dan Kepuasan.