

PENGARUH *SERVICE ENCOUNTER*, *SERVICESCPE* DAN *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA INDUSTRI PERBANKAN DI YOGYAKARTA)

Puji Rondiyah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh *service encounter*, *servicescape* dan *self service technology* terhadap kepuasan nasabah bank di Yogyakarta (BCA, Mandiri, BRI, BNI, CIMB Niaga), pengaruh *service encounter*, *servicescape*, *self service technology* dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank di Yogyakarta (BCA, Mandiri, BRI, BNI, CIMB Niaga) serta pengaruh *service encounter*, *servicescape* dan *self service technology* terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada nasabah bank di Yogyakarta (BCA, Mandiri, BRI, BNI, CIMB Niaga). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 134 nasabah dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner *online (google form)*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan analisis jalur *path (path analysis)*. Hasil penelitian menemukan bahwa: *Service encounter*, *servicescape* dan *self service technology* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada nasabah bank di Yogyakarta (BCA, Mandiri, BRI, BNI, CIMB Niaga), *service encounter* dan *servicescape* secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas dengan nilai signifikan sebesar 0,418 dan 0,706 > 0,05, sedangkan *self service technology* dan kepuasan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, serta pengaruh *service encounter* dan *servicescape* terhadap loyalitas dimediasi oleh kepuasan, namun pengaruh *self service technology* terhadap loyalitas tidak dimediasi oleh kepuasan karena nilai pengaruh tidak langsung (0,150) lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung (0,211). Dari hasil koefisien determinasi dapat diketahui bahwa variabel dependen (kepuasan) dipengaruhi oleh variabel independen (*service encounter*, *servicescape* dan *self service technology*) sebesar *R square* yaitu 59,8% dan sisanya sebesar 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain selain dalam penelitian ini, sedangkan untuk variabel dependen (loyalitas) dipengaruhi oleh variabel independen (*service encounter*, *servicescape*, *self service technology* dan kepuasan) sebesar *R square* yaitu 35,1 % dan sisanya sebesar 64,9% dipengaruhi variabel lain selain dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Service Encounter*, *Servicescape*, *Self Service Technology*, Kepuasan, Loyalitas,