

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Customer Satisfaction* dengan Minat Menabung sebagai variabel intervening pada Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang. Metode penelitian ini melibatkan penggunaan skala Likert sebagai instrumen penilaian.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuisioner kepada Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang yang berjumlah 80 responden. Penentuan jumlah responden ini menggunakan rumus Hair Et. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan bantuan program aplikasi Smart PLS 4

Penelitian ini menghasilkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung terhadap *Customer Satisfaction* dengan memperoleh hasil t-statistik $3.382 > 1.96$ dan nilai P Values sebesar $0.001 < 0.05$, sementara itu pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung menunjukkan pengaruh dengan nilai t statistik $11.696 > 1,96$ dan p values senilai $0.000 < 0.05$ dan variabel Minat Menabung juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan memperoleh hasil t-statistik $3.726 > 1,96$ dan hasil p values sebesar $0.000 < 0.05$.

Terakhir pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Customer Satisfaction* yang dimediasi oleh Minat Menabung menunjukkan nilai t statistik $3.354 > 1,96$ dan p values senilai $0.001 < 0.05$ yang berarti variabel Z mampu memediasi pengaruh antara variabel X dan Y.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Customer Satisfaction* dan Minat Menabung

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Service Quality on Customer Satisfaction with Interest in Saving as an intervening variable at Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang. This research method involves the use of a Likert scale as an assessment instrument..

This study uses primary data by distributing questionnaires to customers of Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang, totaling 80 respondents. Determination of the number of respondents uses the Hair Et formula. To analyze the data, this study used the help of the Smart PLS 4 application program.

This study found that Service Quality has a direct effect on Customer Satisfaction by obtaining t-statistic results $3.382 > 1.96$ and p values of $0.001 < 0.05$, while the effect of Service Quality on Saving Interest shows an effect with a t-statistic value of $11.696 > 1.96$ and p values worth $0.000 < 0.05$ and the Saving Interest variable also has a significant effect on Customer Satisfaction by obtaining t-statistic results $3.726 > 1.96$ and p values of $0.000 < 0.05$.

Final, the effect of Service Quality on Customer Satisfaction mediated by Interest in Saving shows a statistical t value of $3.354 > 1.96$ and p values worth $0.001 < 0.05$, which means that variable Z is able to mediate the influence between variables X and Y.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction and Interest in Saving*