

## KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SIMPANAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Nurmin Arianto<sup>1\*</sup>, Yulia Krismania Nirwana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Email: dosen01118@unpam.ac.id

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah aktif pada tahun 2019 sebanyak 7.921 nasabah. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik Proporsional random sampling dengan menggunakan rumus Slovin maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan observasi dan kuesioner tertutup yang diukur dengan skala Likert. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan study kepustakaan. Teknik Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, koefisiensi determinasi R<sup>2</sup>, uji sobel (sobel test), uji model, uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan Nasabah tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah, maka kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan; kepuasan nasabah; loyalitas nasabah

**Abstract:** Abstract This study aims to determine the effect of service quality on satisfaction, to determine the effect of service quality on loyalty to determine customer satisfaction on customer loyalty. The population in this study were active customers in 2019 as many as 7,921 customers. The sampling technique used in this research is proportional random sampling technique using the Slovin formula, so the sample in this study was 99 people. Primary data collection was carried out using observations and closed questionnaires measured by a Likert scale. Secondary data were obtained from documentation and literature study. The analysis technique used includes validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, coefficient of determination R<sup>2</sup>, sobel test, model test, t test. The results showed that service quality has a significant influence on customer satisfaction. Customer Satisfaction has no and insignificant impact on Customer Loyalty. Service Quality has no and insignificant influence on Loyalty. Service Quality has no effect and is not significant towards Customer Loyalty through Customer Satisfaction, so satisfaction cannot mediate the relationship between service quality and customer loyalty.

**Keywords:** Service quality; customer satisfaction; customer loyalty

## PENDAHULUAN

Bank Syariah sebagai bank yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya yang pertama di Indonesia dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir ini berkembang dengan pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya pendirian Bank-bank Syariah dan juga mulai maraknya pendirian berbagai lembaga keuangan nonbank seperti Baitul Maal wa Tamwil, BPR Syariah, Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, Reksadana Syariah, Pasar Modal Syariah serta Lembaga Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf, selain itu perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya dan seiring dengan berjalannya waktu, harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan akan berbeda dan terus akan berkembang. Hal ini dimaksudkan agar produk atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku nasabah dan calon nasabah. Dari segi kualitas pelayanan Bank tersebut masih belum maksimal, hal ini dapat dilihat dari hasil observasi yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Data Kualitas Pelayanan**

Indikator	Jumlah			Persentase		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Ac, Kursi, Ruang Tunggu	25	22	26	17,73%	12,42%	16,25%
Kurangnya jumlah karyawan frontliner	26	29	24	18,43%	16,38%	15%
Lambatnya penanganan problem nasabah	39	45	32	27,66%	25,42%	20%
Kepuasan nasabah yang belum maksimal	31	47	27	21,98%	26,55%	16,7%
Kurangnya informative juga kesopanan pegawai dalam pelayanan	20	34	31	14,18%	19,20%	19,37%
Total	141	177	160	100%	100%	100%

Sumber: Data Skunder

Pada tahun 2016 tercatat aduan dengan score sebanyak yaitu terkait “lambannya penanganan keluhan nasabah atau kurang tanggap” sebanyak 39 nasabah menulis kritik, sedang pada tahun 2017 tercatat 47 nasabah mengkritik pada “kurangnya perhatian secara personal individual, juga pada tahun 2018 terdapat 32 nasabah yang mengkritik soal “lambannya penanganan keluhan nasabah” yang menduduki tingkat nilai tertinggi. Maka dari itu Bank perlu melakukan pembenahan pada bidang ini agar kedepannya dapat lebih maksimal dan mendapatkan lebih feedback yang baik dari para nasabah, Dengan adanya kualitas yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para nasabahnya. Setelah nasabah merasa puas dengan produk dan layanan yang diterimanya, nasabah akan membanding - bandingkan pelayanan juga fasilitas yang diberikan dan mereka akan melakukan transaksi ditempat yang

sama. Oleh karena itu setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan sistem fasilitasnya dan kualitas pelayanan dengan sebaik mungkin, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Dilihat dari segi produknya bahwa Bank memiliki nilai pemasukan sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Data Dana Nasabah Simpanan**

Produk Simpanan Bank	Tahun		
	2016	2017	2018
Tabungan	Rp. 9.423.000.000	Rp.14.387.000.000	Rp.11.286.000.000
Deposito	Rp.15.691.000.000	Rp.11.221.000.000	Rp.14.682.000.000
Giro	Rp.10.118.000.000	Rp. 5.771.000.000	Rp. 2.529.000.000

Sumber: Data Skunder

Dari data diatas dapat di ketahui bahwa data dana nasabah simpanan setiap tahun nya mengalami fluktuasi dana nasabah. Dimana Bank memperoleh pemasukan dari nasabah yang menggunakan produk simpanan dalam bentuk tabungan mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar Rp. 11.286.000.000, deposit mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar Rp. 11.221.000.000 dan produk giro pada tahun 2017 sebesar Rp. 5.771.000.000, tahun 2018 sebesar Rp. 2.529.000.000 hal ini menunjukkan kurangnya kepuasan nasabah dalam menaruh simpanannya pada Bank, oleh karena itu perlu dilakukan kajian kembali agar dapat menarik minat nasabah untuk menambah total simpanannya dan nasabah tidak beralih pada Bank competitor. Selain itu juga terdapat data nasabah yang sudah bergabung atau percayakan simpanannya kepada Bank yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Data Nasabah Simpanan**

Produk Simpanan Bank	Tahun		
	2016	2017	2018
Tabungan	785 Orang	1.198 Orang	940 Orang
Deposito	307 Orang	1.935 Orang	1.223 Orang
Giro	843 Orang	480 Orang	210 Orang

Sumber: Data Sekunder

Dari data diatas dapat diketahui bahwa data nasabah yang menggunakan atau memakai produk simpanan tertentu mengalami penurunan, yaitu pada produk tabungan mengalami penurunan pada tahun 2018 dengan jumlah 940 orang, deposito dengan jumlah 1.223 orang pada tahun 2018, giro dengan jumlah 480 orang pada tahun 2017 dan 210 orang pada tahun 2018, hal tersebut menunjukkan bahwa berkurangnya minat nabung kembali ,memakai dan menambah produk tertentu. Maka dari itu Bank harus lebih memperhatikan dan menjaga kesejahteraan nasabah agar dapat mempertahankan juga menambah jumlah nasabah untuk kedepannya.

## 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Zeithaml & Parasuraman adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan, Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten (Tjiptono, 2014a).

Dalam mengukur kualitas pelayanan yang di berikan maka Zeithaml, Parasuraman & Berry (Tjiptono, 2014a) mengemukakan (5) lima indikator yang bisa digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Emphaty (Kepedulian).

## 2. Kepuasan Pelanggan

Menurut Westbrook & Reily dalam (Tjiptono, 2014a) berpendapat bahwa “Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berakaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan”.

Dalam Schiffman & Kanuk dikutip (Putro, 2014) mengemukakan (3) tiga indikator yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu : Sikap (cognitive), Emosi (Affective), Perilaku (conative).

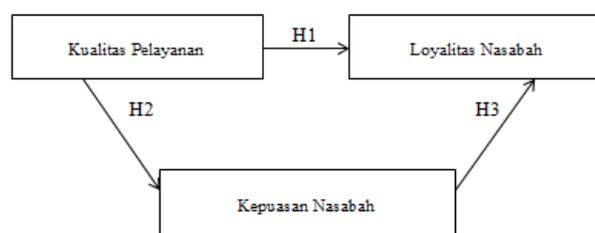
## 3. Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014) “Loyalitas adalah perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merk tertentu yang sama secara berulang kali bisa dikarenakan memang hanya satu - satunya merk yang tersedia, merk termurah dan sebagainya. Menurut (Tjiptono, 2014a) mengemukakan (4) empat indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas nasabah yaitu :

Pembelian ulang, Pembelian antar produk dan jasa, Mereferensikan kepada orang lain, Kekebalan atas produk lain.

## 4. Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Untuk memperjelas pelaksanaan penelitian dan sekaligus untuk mempermudah dalam pemahaman, maka perlu dijelaskan suatu kerangka berfikir sebagai landasan dalam pemahaman.



Gambar Kerangka berpikir

- H<sub>1</sub>: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas  
H<sub>2</sub>: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
H<sub>3</sub>: Terdapat Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas  
H<sub>4</sub>: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan

## **METODE PENELITIAN**

### **a. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Asosatif dimana menurut (Sugiyono, 2014) penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih. Maka asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

### **b. Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pada tahun 2016 s/d 2018 sebanyak 7.921 Nasabah, sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan Proporsional random sampling yakni pemilihan sampel dilakukan secara acak sederhana secara proporsional dengan cara dihitung proporsionalnya. Alasan peneliti menggunakan tehnik tersebut nasabah tersebar diberbagai wilayah dengan karakteristik yang berbeda sehingga peneliti menganggap perlu melakukan penyebaran kuesioner secara proporsional yang dianggap cukup mewakili kebutuhan penelitian ini sedangkan jumlah sampel sebanyak 99 nasabah diperkecil dengan menggunakan Rumus Slovin dengan Error sebesar 10%.

### **c. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang terdiri dari Kusioner Tertutup dan Obervasi Non Partisipan serta data Skunder berupa studi kepustakaan dan internet.

### **d. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa uji sintrumen (uji validitas, uji reliabilitas), uji asumsi klasik dan Kofisien Dterminasi dan Uji Hipotesis serta Uji Sobel yang dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan ke loyalitas nasabah lewat kepuasan. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan ke loyalitas nasabah lewat kepuasan dihitung dengan cara jalur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. HASIL

#### 1. Analisis Deskriptif

Berdasarkan kuisisioner yang disebar sebanyak 105 dan yang kembali hanya 99 sedangkan yang tidak kembali sebanyak 6 Kuisisioner. Dari hasil penyebaran kuisisioner maka mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Perempuan sebanyak 61,62%, jika dilihat dari usia maka usia responden terbanyak adalah usi 31-40 th dan jika dilihat berdasarkan pekerjaan maka mayoritas yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Karyawan Swasta. Jika dilihat dari hasil tersebut maka rata-rata nasabah adalah perempuan dimana mereka yang sudah memiliki pekerjaan baik diperusahaan ataupun ditempat lain dan memang menggunakan Rekening bank, hal ini bias terjadi karena perusahaan bekerja sama dengan bank untuk memudahkan pembayaran Gaji karyawannya.

Berdasarkan analisis deskriptif variabel maka Kualitas Pelayanan yang diberikan pihak bank sudah baik dan dibuktikan dari tersedianya ruang tunggu yang nyaman dan bersih, sedangkan dari sisi kepuasan dimana responden sudah merasa puas dengan bank tersebut hal ini, hal ini ditunjukkan dari sikap karyawan yang baik dan ramah dalam melayani nasabah disisi lain loyalitas nasabah dikatakan sudah baik hal ini dilihat dari kesediaan nasabah merekomendasikan bank kepada pihak dengan menceritakan keunggulan dari bank tersebut.

Pelayanan yang ada di Bank dikatakan sudah baik, hal ini dilihat dari hasil analisis penyebaran kuisisioner dimana diperoleh skor rata-rata 3,882 dan hal ini dibuktikan bahwa Bank memiliki tata ruang yang bersih dan nyaman, sehingga menyebabkan kepuasan bagi responden hal ini dibuktikan juga dimana kepuasan yang di Bank sudah baik diperoleh dari skor rata-rata yaitu 4,01 hal ini diperkuat dengan jawaban nasabah dimana karyawan sudah baik dalam melayani nasabah dari hal ini menyebabkan nasabah menjadi loyal terhadap Bank dilihat dari hasil penyebaran kuisisioner diperoleh skor rata-rata yaitu 3,90 dan dibuktikan dengan jawaban responden bahwa mereka menceritakan tentang keunggulan dengan menabung di Bank tersebut kepada orang lain.

#### 2. Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

Dari hasil uji validitas instrument kuisisioner kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas memiliki rata nilai  $r_{table} > 0,03$ , hal ini sejalan dengan teori Sugiyono (2017) yang mengatakan bahwa Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrument (valid). Sedangkan dari hasil uji reliabilitas maka diperoleh nilai  $rca$  kualitas pelayanan (0,632), kepuasan (0,781) dan loyalitas (0,686) dimana nilai tersebut  $> 0,600$ , hal ini sejalan dengan Teori Sugiyono (2017).

3. Uji Asumsi Klasik

Tabel 4  
Rangkuman Uji Asumsi Klasik

Variabel	Normalitas	Multikolinearitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogrov smirnov test diperoleh nilai Asymp sig 2 tailed yaitu 0,059 > 0,05 sehingga data berdistribusi normal,	hasil uji multikolinieritas diperoleh nilai VIF < 10,0 dan tolerance value > 0,1	Data berdistribusi normal dan tidak terjadi mulikolinearitas
Kepuasan Terhadap Loyalitas	Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogrov smirnov test diperoleh nilai Asymp sig 2 tailed yaitu 0,200 > 0,05 sehingga data berdistribusi normal	dari hasil uji multikolinieritas diperoleh nilai VIF < 10,0 dan tolerance value > 0,1.	Data berdistribusi normal dan tidak terjadi mulikolinearitas
Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas	Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogrov smirnov test diperoleh nilai Asymp sig 2 tailed yaitu 0,200 > 0,05 sehingga data berdistribusi normal	dari hasil uji multikolinieritas diperoleh nilai VIF < 10,0 dan tolerance value > 0,1.	Data berdistribusi normal dan tidak terjadi mulikolinearitas

Sumber: Data Diolah

4. Uji Korelasi dan Determinasi

Tabel 5  
Rangkuman Uji Korelasi dan Determinasi

Variabel	R	R Square	Keterangan
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	.224 <sup>a</sup>	.050	Hasil uji korelasi maka kualitas pelayanan memiliki Hubungan yang Lemah dan dari Uji determinasi maka diperoleh nilai R Square yaitu 0,05 atau 5%, dimana kualitas pelayanan memiliki kontribusi terhadap kepuasan sebesar 5% sedangkan sisanya 95% dipengaruhi oleh variable lain
Kepuasan Terhadap Loyalitas	.194 <sup>a</sup>	.038	Hasil uji korelasi maka kepuasan memiliki Hubungan yang Lemah dan dari Uji determinasi maka diperoleh nilai R Square

Variabel	R	R Square	Keterangan
			yaitu 0,38 atau 3,8%, dimana kepuasan memiliki kontribusi terhadap loyalitas sebesar 3,8% sedangkan sisanya 96,2% dipengaruhi oleh variable lain
Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas	.176 <sup>a</sup>	.031	Hasil uji korelasi maka kualitas pelayanan memiliki Hubungan yang Lemah dan dari Uji determinasi maka diperoleh nilai R Square yaitu 0,31 atau 3,1%, dimana kualitas pelaynana memiliki kontribusi terhadap loyalitas sebesar 3,1% sedangkan sisanya 96,9% dipengaruhi oleh variable lain

Sumber: Data Diolah

### 5. Uji Model

Tabel 6  
Regresi Linear Sederhana

Variabel	Constanta (a)	Koefisien (b)	Keterangan
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	30,178	0,263	$Z = 30,178 + 0,263X$ Konstanta sebesar 30,178 menyatakan bahwa jika tidak ada kualitas pelayanan maka kepuasan memiliki nilai sebesar 30,178 dan koefisein regresi sebesar 0,263 dimana setiap penambahan 1 nilai kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan
Kepuasan Terhadap Loyalitas	32,325	0,175	$Y = 32,325 + 0,175Z$ Konstanta sebesar 32,325 menyatakan bahwa jika tidak ada kepuasan maka loyalitas memiliki nilai sebesar 32,325 dan koefisein regresi sebesar 0,175 dimana setiap penambahan 1 nilai kepuasan maka akan meningkatkan loyalitas
Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas	32,083	0,186	$Y = 32,038 + 0,186X$ Konstanta sebesar 32,038 menyatakan bahwa jika tidak ada kualitas pelayanan maka loyalitas memiliki nilai sebesar 32,038 dan koefisein regresi sebesar 0,186 dimana setiap penambahan 1 nilai kualitas pelayanan maka akan meningkatkan loyalitas

Sumber: Data Diolah

6. Uji Hipotesis

Tabel 7  
Uji Hipotesis

Variabel	T	Sig	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan (H <sub>1</sub> )	2,260	0,026	Jika diketahui nilai t table sebesar 1,985 sehingga nilai t hit (2,260) > t tab (1,985) dan sig (0,05) < tsig (0,026) maka Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan
Kepuasan Terhadap Loyalitas (H <sub>2</sub> )	1,952	0,054	Diketahui t table yaitu 1,985 sehingga nilai t hit (1,952) < t tab (1,985) dan sig (0,05) > tsig (0,054) maka tidak terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas
Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas (H <sub>3</sub> )	1,764	0,081	Diketahui nilai t table yaitu 1,985 maka t hit(1,764) < t tab (1,985) dan sig (0,05) > t sig (0,081) maka tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas

Sumber: Data Diolah

7. Uji Hipotesis 4 atau (H<sub>4</sub>)

Tabel 8  
Uji Sobel

Variabel	Constanta (a)	Koefisien (b)	Standar Error
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	30,178	0,263	0,117
Kepuasan Terhadap Loyalitas	32,325	0,175	0,089

$$sab = \sqrt{b^2 \cdot sa^2 + a^2 \cdot sb^2 + sb^2 \cdot sa^2}$$

$$sab = \sqrt{0,175^2 \cdot 0,117^2 + 0,263^2 \cdot 0,089^2 + 0,089^2 \cdot 0,117^2}$$

$$sab = \sqrt{0,000959450625 + 0,000547887649 + 0,000108430569}$$

$$sab = \sqrt{0,001615768843}$$

$$Sab = 0,04019$$

$$t = \frac{(a) \cdot (b)}{sab}$$

$$t = \frac{(0,263) \cdot (0,175)}{0,04019}$$

$$t = \frac{0,046025}{0,04019}$$

$$t = 1,14518$$

Dari hasil perhitungan maka diperoleh nilai  $t$  hit (1,145) <  $t$  tab (1,985) maka kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kata lain hipotesis ke empat ditolak.

## B. Pembahasan

### 1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Hasil analisis deskriptif bahwa kualitas pelayanan dikatakan sudah baik dan hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2014b) mengatakan bahwa kualitas merupakan: “sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dari hasil uji Hipotesis diperoleh bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan sehingga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mantauv, 2015; Mutmainnah, 2018; Suwandi, 2014; Wardana & Sriwidodo, 2015) dari hasil penelitian tersebut maka hal ini sejalan dengan pendapat yang diutarakan oleh Goetsch dan Davis (1994) yang dikutip oleh (Tjiptono, 2014a), kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Sehingga kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Adam dan Sumartana (2018), (Widana & Amrita, 2017) serta (Sari & Handayani, 2019) yang menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

### 2. Kepuasan Terhadap Loyalitas

Hasil analisis deskriptif bahwa kepuasan dikatakan sudah baik hal ini diperoleh dari jawaban responden dan sesuai dengan teori (Gerson, 2004) menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.” Kepuasan pelanggan merupakan anggapan pelanggan bahwa dengan menggunakan suatu produk perusahaan tertentu dan harapannya telah terpenuhi, dari hasil uji hipotesis diperoleh bahwa kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas dan hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ishak & Azzahroh, 2017; Mantauv, 2015; Mutmainnah, 2018; Suwandi, 2014; Wardana & Sriwidodo, 2015). Sehingga kepuasan dapat mempengaruhi tindakan nasabah untuk menjadi loyal pada Bank.

### 3. Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Hasil analisis deskriptif bahwa loyalitas dikatakan sudah baik dan hal ini sesuai dengan hasil penelitian dan dari hasil uji hipotesis bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas sehingga penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ishak & Azzahroh, 2017; Mantauv, 2015; Mutmainnah, 2018; Suwandi, 2014; Wardana & Sriwidodo, 2015), dimana (Tjiptono, 2014a) loyalitas dapat diukur dengan

konsumen melakukan pembelian secara berkala, kemudian konsumen tidak terpengaruh produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak lain dengan jenis manfaat yang sama, dan yang terakhir jasa yang diterima memuaskan konsumen, dengan terpuaskan maka pelanggan akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima maka konsumen dapat memberitahukan pelayanan yang kurang memuaskan tersebut kepada pihak lain selain itu Pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain (Lupiyoadi & Hamdani, 2006).

#### **4. Kepuasan Dapat Memediasi Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas**

Dari hasil penelitian maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas serta kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas, sedangkan dari hasil uji sobel maka kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas, maka dari itu semakin baik lagi bagi Bank untuk meningkatkan layanan demi mendapatkan kelayakan dan kepuasan nasabah.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka ditarik kesimpulan:

- 1) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan
- 2) Kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas
- 3) Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas
- 4) Kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas

### **SARAN**

Dari hasil analisis deskriptif maka diperoleh hasil penelitian yang dapat menjadi saran ialah:

- 1) Sebaik nya kualitas pelayanan dapat lebih di tingkatkan dari sisi waktu, dimana sebaiknya Bank dapat lebih beroperasi sesuai dan tepat waktu seperti waktu buka, istirahat dan tutup.
- 2) Sebaiknya kepuasan nasabah dapat lebih di tingkat dimana masih terdapat skor rendah pada pernyataan tentang profesionalisme karyawan, maka dari itu sebaiknya pihak Bank dapat lebih memperhatikan karyawan nya agar bias lebih bekerja secara profesional.
- 3) Dari hasil penyebaran kuisioner maka masih terdapat skor rendah tentang pembelian antar produk dan jasa, dimana sebaiknya petugas pemberi pelayanan dapat lebih meyakinkan nasabah sehingga dapat lebih percaya terhadap bank dan berdampak akan merekomendasikan bank kepada nasabah lain.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penulisan penelitian ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada para narasumber dan responden yang sudah meluangkan waktu dalam menjadi responden untuk menyelesaikan penelitian ini.

## REFERENSI

Arianto, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien (Studi Kasus Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Premier Bintaro). *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 13(1), 1-9.

Arianto, N. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Berdampak Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kreatif Unpam*. Vol. 7 No.1 Juni 2019.

Arianto, N. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Berdampak Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kreatif Unpam*. Vol. 7 No.1 Juni 2019.

Arianto, N. *et al.* (2020). Developing Model of Halal Food Purchase Intention among Indonesian Non-Muslim Consumers: An Explanatory Sequential Mixed Methods Research. *Systematic Reviews in Pharmacy* 11 (10), 396-407.

Arianto, N. *et al.* (2020). Marketing Intelligence Implementation for Supply Chain Management of Mix Products That Affect the Purchasing Decision on Citra Karisma, Yogyakarta, *International Journal of Supply Chain Management (IJSCM)* 9 (3), 1235-1242.

Arianto, N. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. Tangerang: *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol 1, No 2, Hal 83-101.2018.

Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108-119.

Arianto, N., & Setiawan, A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 2(1), 27-37.

Danang, Sunyoto. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.

Gerson, R. F. (2004). *Mengukur kepuasan pelanggan*. Pelangi Publishing Group

Bhd.

Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jebis (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam) | Journal Of Islamic Economics And Business*, 3(1), 26–38.

Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen pemasaran jasa*.

Mantauv, C. S. (2015). Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(2), 85–92.

Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201–216.

Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–9.

Sari, L. N. M., & Handayani, M. M. (2019). Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Jasa Asuransi Kendaraan Pada PT Asuransi Bina Dana Arta Denpasar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 5(2), 101–112.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Suwandi, E. D. D. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Kalteng Cabang Pembantu Pasar Baru Palangka Raya). *Jurnal Sains Manajemen*, 3(1).

Tjiptono, F. (2014a). *Pemasaran jasa-prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2014b). *Pemasaran Jasa-Prinsip. Penerapan, Dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta*.

Wardana, R. W., & Sriwidodo, U. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(3).

Widana, I. M., & Amrita, N. D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Dharma Utama Mandiri

Kecamatan Tegallalang, Gianyar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*,  
3(1), 1-7.