

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG DARMO SURABAYA

SATYA EDWARD SUBAGYO

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA

KANTOR CABANG DARMO SURABAYA-INDONESIA

## ABSTRACT

This research examines the importance of customer satisfaction at PT. Bank Muamalat is influenced by employee services and employee loyalty, so far customer satisfaction is seen as a vital thing to be able to increase the company's income margin, therefore the company is very concerned about the variables that affect employee satisfaction, this study uses causal research using PLS program units and SPSS and using the sobel test, the results of this study are loyalty influencing satisfaction and satisfaction affecting and mediating services to customer satisfaction.

**Keywords:** service, loyalty, customer satisfaction

## PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade ini sektor perbankan telah mengalami perubahan yang sangat signifikan yang ditandai semakin ketatnya persaingan antara perusahaan-perusahaan disektor industri perbankan untuk memperebutkan pasar dan jaringan yang sama. Tingkat persaingan yang ketat menyebabkan nasabah kurang memiliki loyalitas kepada suatu bank karena banyaknya tawaran-tawaran yang menguntungkan diberikan oleh perusahaan perbankan yang lainnya sehingga nasabah akan lebih memilih tawaran yang lebih menguntungkan nasabah itu sendiri. Emari (2011) menyatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menyediakan berbagai produk dan layanan yang berkualitas akan menjadi alat untuk memenangkan persaingan dengan mengedepankan kepuasan nasabah yaitu dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang prima bagi nasabah dan menciptakan kepercayaan nasabah kepada bank.

Irawan (2002) mengatakan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada aspek lain keberhasilan sebuah organisasi tidak terlepas dari adanya kepercayaan nasabah terhadap kepuasan layanan yang telah diterima. Tjiptono & Chandra (2007) mengatakan bahwa TQM (*Total Quality Management*) kualitas dipandang secara lebih komprehensif dimana bukan hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses lingkungan dan sumber daya manusia. Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun, pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Sentana (1997) mengatakan mendefinisikan kepuasan yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi

melalui produk yang dikonsumsi, dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa arti kepuasan nasabah adalah perasaan senang yang diperoleh setelah suatu produk atau jasa diberikan dengan cara yang baik. Nasabah adalah semua orang yang menuntut kita untuk memenuhi standart kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada penilaian kepuasan. Hal-hal yang mencakup dimensi kepuasan antara lain :

kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*) cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atas jasa.

Dimensi kepuasan pelanggan Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan kedalam komponen. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah mengidentifikasi dimensi kunci kepuasan pelanggan, meminta pelanggan menilai produk/jasa perusahaan berdasarkan item item spesifik.

Konfirmasi harapan Dalam konsep kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk.

Tjiptono & Chandra (2007) mengatakan kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin "satis" (artinya cukup baik, memadai) dan "facio" (melakukan atau membuat) berdasarkan model kepuasan kualitatif membedakan tiga tipe kepuasaan dan dua tipe ketidakpuasaan berdasar kombinasi antara emosi-emosi spesifik terhadap penyedia jasa, ekspektasi menyangkut kapabilitas kinerja masa depan pemasok jasa dan minat berperilaku untuk memilih lagi jasa bersangkutan. Tipe-tipe kepuasan dan ketidakpuasan tersebut ialah *demanding satisfaction*, *stable satisfaction*, *resigned dissatisfaction* dan *demanding dissatisfaction*

Kotler (2002) mengemukakan bahwa Loyalitas kepada perusahaan sebagai sikap, yaitu sejauh mana seseorang karyawan mengidentifikasi tempat kerjanya yang ditunjukkan dengan keinginan untuk bekerja dan berusaha sebaik-baiknya dan kedua, loyalitas terhadap perusahaan sebagai perilaku, yaitu proses dimana seseorang karyawan mengambil keputusan pasti untuk tidak keluar dari perusahaan apabila tidak membuat kesalahan yang fatal. Kesediaan untuk mengorbankan diri melibatkan adanya kesadaran untuk mengabdikan diri kepada perusahaan, pengabdian ini akan selalu mendorong peran serta karyawan dalam perusahaan.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991, Di prakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, memulai kegiatan operasionalnya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, Pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat secara luas, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian perseroan. PT. Bank Muamalat Indonesia sebagai salah satu bank syariah pertama di Indonesia yang telah menerapkan prinsip-prinsip perbankan syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan masyarakat luas, dalam memberikan pelayanan PT Bank Muamalat Indonesia selalu berusaha berorientasi memberikan yang terbaik kepada nasabah dan masyarakat, Seiring dengan berjalannya waktu muncul permasalahan-permasalahan yang ada dari pelayanan di PT. Bank Muamalat Indonesia khususnya cabang Darmo-Surabaya belum terpenuhinya pelayanan terbaik yang berorientasi pada kualitas layanan yang berpengaruh terhadap loyalitas, kepercayaan dan kepuasan nasabah. Di Bank Muamalat Indonesia khususnya cabang Darmo-Surabaya masih terbatasnya sumber daya manusia (SDM) dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sehingga terjadi antrian pada *counter Teller* dan *Customer Service* yang terlalu banyak, Disamping itu ada kebijakan yang berubah dalam beberapa tahun terakhir tentang migrasi teknologi yang menunjang untuk mencapai ketepatan, keakuratan dan kecepatan transaksi dalam memberikan layanan kepada nasabah.

#### **Hubungan kualitas layanan dengan kepuasan nasabah**

Aryani dan Rosinta (2010) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Hallowell (1996) bahwa kepuasan memiliki potensi untuk membangun loyalitas. Kepuasan pelanggan

adalah kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Perusahaan memperoleh banyak manfaat dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992 dalam Aryani dan Rosinta, 2010). Pelanggan yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah merek, kurang sensitif terhadap harga, membeli lebih sering dan atau lebih banyak, menjadi *strong word of mouth*, menciptakan *business referrals*. Dalam jasa perbankan seorang *frontliner* melakukan pelayanan yang baik terhadap nasabah dengan tujuan memberi kepuasan akan kepentingan transaksi terhadap nasabah tersebut. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

#### **Hubungan Kepuasan dengan loyalitas nasabah**

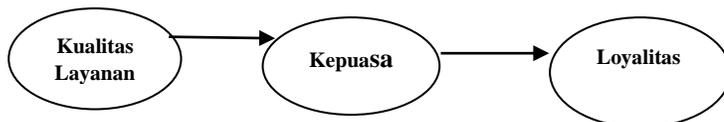
Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan hal penting dalam menyediakan pelayanan yang baik, efisien dan efektif. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan indikator keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan baik. Suatu pelayanan dapat dikatakan memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah atau pelanggan. Apabila pelanggan merasa tidak terpenuhi keinginannya terhadap suatu pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien sehingga tidak terpenuhinya kepuasan nasabah dan pelanggan. Pelanggan yang merasa terpenuhinya kepuasan atau memiliki rasa yang senang maka dipastikan nasabah atau pelanggan itu secara perlahan timbul rasa loyalitas terhadap suatu produk atau jasa.

Aryani dan Rosinta (2010) menyatakan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (Zeithaml *et al*, 1996; Japarianto *et al*, 2007) dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (Samuel dan Wijaya, 2009). Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Hallowell (1996) bahwa kepuasan memiliki potensi untuk membangun loyalitas. Kepuasan pelanggan adalah kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Perusahaan memperoleh banyak manfaat dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan

terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, Pelanggan yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah merek, kurang sensitif terhadap harga, membeli lebih sering dan atau lebih banyak, menjadi *strong word of mouth*, menciptakan *business referrals*. Aydin dan Ozer (2005), menyatakan bahwa perusahaan telekomunikasi di Turki kehilangan 2-4 persen pelanggan mereka per bulan, pelanggan yang tidak setia akan mengurangi jutaan pendapatan dan keuntungan yang diperoleh. Oleh karena itu, alternatif yang lebih baik adalah melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pasar yang sudah ada, salah satunya adalah melalui usaha meningkatkan kesetiaan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

Sebagai literatur atau penelitian terdahulu yang telah membahas mengenai kualitas layanan berdampak kepada loyalitas, kepuasan dan kepercayaan yang senantiasa menghubungkan dengan kualitas layanan. Hal ini menarik ketika ditemukan *riset gap* pada penelitian-penelitian tersebut. Pada penelitian Wicaksono (2015) yang mengemukakan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Namun pada penelitian Darwin (2014) yang menyebutkan tidak ada hubungan signifikan antara kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti **Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan nasabah.**

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Pikir**



### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian *explanatory research* yang bertujuan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau menjelaskan bagaimana suatu hubungan antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan data primer yang berupa interview nasabah dan mendistribusikan kuisioner kepada para responden dalam penelitian ini yaitu nasabah PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya. Jenis variabel penelitian meliputi dari kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan loayalitas nasabah. Data sekunder penelitian ini

dikumpulkan dari data-data yang dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya Darmo. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh melalui responden atau nasabah yang berada di PT Bank Muamalat Indonesia Surabaya, dimana responden akan memberikan respon tertulis dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah prioritas di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo.

Dalam penelitian ini teknik penentuan sampel yakni dengan menggunakan sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Variabel bebas (*independent variabel*), yaitu variable mempengaruhi variabel terikatnya baik pengaruh positif maupun pengaruh negative atau sejumlah gejala dengan berbagai unsur atau faktor lain didalamnya mempengaruhi adanya variable-variable lain. Dalam penelitian ini variable independen yang digunakan adalah kualitas layanan (X1),

Variabel terikat (*dependent variabel*), adalah variable yang menjadi pusat perhatian utama peneliti, hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variable dependen yang digunakan dalam sebuah model. variabel yang dapat diukur, diprediksi, atau dengan kata lain dapat dimonitor dan diharapkan dipengaruhi oleh variabel bebas, adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasa (Y1) loyalitas (Y2). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). PLS dapat digunakan pada setiap jenis skala data (nominal, ordinal, interval dan rasio). PLS (*Partial Least Square*) juga di gunakan untuk mengukur hubungan setiap indikator dengan konstruksya. Selain itu PLS (*Partial Least Square*) juga dapat digunakan untuk tujuan konfirmasi, seperti pengujian hipotesis dan tujuan eksplorasi. Tetapi PLS (*Partial Least Square*) lebih mengutamakan sebagai eksplorasi dari pada konfirmasi.

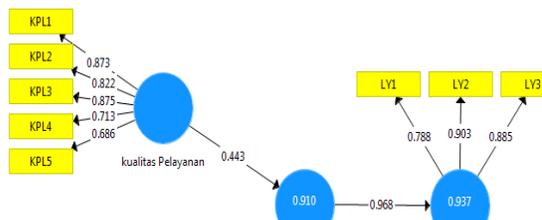
### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perkembangan bank-bank syariah di negara islam pada abad ke 19 memberikan pengaruh terhadap Indonesia. Hasil kerja tinjauan H3 nkan MUI ditandai dengan berdirinya Majelis Muamalat Indonesia Tbk pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 November 1991, diprakasai oleh majelis ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia untuk memulai operasinya pada 27 syawal 1412 atau 1 mei 1992. Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah keseluruhan nasabah atau responden pada PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo Surabaya adalah 27 responden. Untuk nasabah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 20 (80,21%) dan berjenis kelamin perempuan 7 (19,79%).

Aspek kualitas layanan pada bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya berada di presentase yang tinggi yaitu memiliki nilai 3.77. dengan presentase tertinggi pada pernyataan Kecepatan dan keakuratan pelayanan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya Darmo sesuai dengan harapan nasabah dan pelayanan yang mampu menyelesaikan kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa telah mendapatkan kualitas layanan yang diharapkan.

Aspek kepuasan nasabah pada bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya tergolong sangat tinggi yaitu memiliki nilai presentase 4.13. dengan presentase tertinggi pada pernyataan bahwa sistem syariah yang diterapkan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya Darmo sesuai dengan nasabah harapan. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi terhadap Bank Muamalat.

Aspek loyalitas nasabah pada bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya tergolong sangat tinggi yaitu memiliki nilai presentase 4.44. dsengan presentase tertinggi pada pernyataan bahwa nasabah akan terus menggunakan produk bank Muamalat. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah mempunyai tingkat loyalitas yang tinggi terhadap Bank Muamalat cabang Darmo - Surabaya.



Berdasarkan uji *measurement model* gambar 4.2 maka nilai *loading factor* dari masing-masing variabel. Variabel kualitas layanan dapat dilihat pada tabel 4.7 Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa faktor loading dari masing-masing item kualitas layanan lebih besar dari 0,5. Faktor loading terkecil adalah item KPL5 (0,68). Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa faktor loading dari masing-masing item kepuasan lebih besar dari 0,5. Faktor *loading* terkecil adalah item KPS3 (0,70). Dari uji *measurement model* variabel loyalitas maka faktor nilai loading dapat disajikan pada tabel 4.11 Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa faktor loading dari masing-masing item loyalitas lebih besar dari 0,5. Faktor *loading* terkecil adalah item LYL1 (0,78).Berdasarkan tabel 4.7 sampai 4.10 tampak bahwa semua faktor loading diatas 0,50, hal ini juga dapat disimpulkan bahwa variabel mempunyai

*convergent validity* yang baik. Nilai *cross loading* juga menunjukkan adanya *discriminant validity* yang baik oleh karena nilai korelasi indikator terhadap variabel lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi indikator dengan variabel lainnya.

#### Realibilitas Variabel

Reliabilitas suatu variabel dapat dinilai dari *composite reliability*, *Average Variance Extracted* (AVE) dan membandingkan nilai akar AVE dengan nilai korelasi antar variabel (Ghozali, 2008: 154).

Dari hasil pengujian *composite reliability*, *Average Variance Extracted* (AVE) dan membandingkan nilai akar AVE variabel kualitas layanan, variabel kepercayaan, variabel kepuasan dan variabel loyalitas dapat disajikan pada tabel 4.11

Sumber: *Output PLS*, 2016 (Lampiran 6)

Pada tabel 4.11 diketahui bahwa nilai *composite reliability* diatas 0,80 dan AVE diatas 0,50 yang menunjukkan variabel memiliki reliabilitas yang baik, ini berarti variabel memiliki *discriminant validity* yang tinggi.

#### Total Effect

Pengaruh total merupakan penjumlahan dari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, sedangkan pengaruh tidak langsung adalah perkalian dari semua pengaruh langsung yang dilewati. Pengaruh langsung dan tidak langsung didapat dari nilai *Original Sample* atau nilai koefisien jalur. Di tunjukkan tidak terdapat pengaruh tidak langsung dapat dilihat pada tabel 4.12

**Tabel 4.12**  
**Total Effect**

Pengaruh	Path	Total effect
Direct effect	Kualitas layanan->kepuasan	0.443
	kepuasan -> loyalitas	0.968

Sumber: *Output PLS*, 2016 (Lampiran

#### Tahap Struktural Model

##### Uji Goodness – Fit Model

Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan uji *goodness-fit model* dapat disajikan pada tabel 4.13 *R-Square*.

**Tabel 4.13 R-Square**

Variabel	R-Squared
Kualitas pelayanan ->kepuasan	0.91

<i>Kepuasan -&gt; loyalitas</i>	0,93
---------------------------------	------

Sumber: *Output PLS*, 2016 (Lampiran 6)

Pada tabel 4.13 model kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah memberikan nilai *R-Squared* sebesar 0,91. validitas variabel kepuasan dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel kualitas layanan dan kepercayaan sebesar 91%, sedangkan 9% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti. Sedangkan variabel kepuasan terhadap loyalitas nasabah memberikan nilai *R-Squared* sebesar 0,93 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel kepuasan nasabah sebesar 93%, sedangkan 7% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti.

### Uji t

Tahap model struktural ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t. Uji t pada dasarnya suatu pengujian untuk melihat apakah nilai tengah (nilai rata-rata) suatu distribusi nilai atau kelompok berbeda secara nyata atau *significant* dari nilai tengah distribusi nilai lainnya. Kegunaan dari uji t untuk melihat beda nilai tengah dua buah distribusi, uji t dapat untuk melihat dua beda nilai koefisien korelasi. Variabel dikatakan memiliki pengaruh apabila t hitung lebih besar dari t tabel. T tabel pada penelitian ini sebesar 1,96. Hasil perhitungannya yang dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut:

Dari gambar 4.3 Uji model struktural, berikut adalah nilai dari masing-masing hubungan antar variabel penelitian yang disajikan pada tabel 4.14 hasil pengujian antar variabel.

**Tabel 4.14 Hasil Pengujian Pengaruh Antar Variabel**

Hubungan antar variabel	O riginal Sample	t - statistic	t - tabel
Kualitas layanan->kepuasan	0.443	3.439	1,96
kepuasan->loyalitas	0.897	6.1848	1,96

Sumber: *Output PLS*, 2016 (Lampiran 6)

Berdasarkan tabel diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1.Besarnya koefisien *estimate* dari kulaitas layanan terhadap kepuasan karyawan adalah 0,443. Koefisien PLS tersebut bertanda positif yang apabila semakin tinggi kualitas layanan maka kepuasan nasabah semakin tinggi pula, dan sebaliknya.

2.Besarnya koefisien *estimate* dari kepercayaan terhadap kepuasan karyawan adalah

0,539. Koefisien PLS tersebut bertanda positif yang apabila semakin tinggi kepercayaan nasabah maka kepuasan nasabah semakin tinggi pula, dan sebaliknya.

3.Besarnya koefisien *estimate* dari kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah karyawan adalah 0,897. Koefisien PLS tersebut bertanda positif yang apabila semakin tinggi kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah akan semakin tinggi, dan sebaliknya jika kepuasan nasabah cenderung turun maka loyalitas nasabah ikut cenderung berkurang .

### Pengujian Moderasi Dengan Sobel Test

Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah (menggunakan tabel bantu test

sobel: <http://people.ku.edu/preacher/sobel/sobel.htm> )

Input:	Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a 0.443	Sobel test: 3.07117333	0.12938736	0.00213219
b 0.897	Aroian test: 3.07062379	0.12941051	0.00213612
S <sub>a</sub> 0.144	Goodman test: 3.07172316	0.1293642	0.00212827
S <sub>b</sub> 0.017	Reset all	Calculate	

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu  $3.07 \geq 1,96$  dan nilai  $p = 0,002$  ( $p < 0.05$ ) maka kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

### Pengujian Hipotesis

Pada tabel 4.14 juga merupakan tabel uji hipotesis dengan menggunakan uji t:

Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung  $3.439 > 1,96$ . Dengan hasil ini maka hipotesis penelitian ( $H_1$ ) diterima.

Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t hitung  $61.848 > 1,96$ . Dengan hasil ini maka hipotesis penelitian ( $H_3$ ) diterima.

Kepuasan nasabah memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabag dengan nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu  $3.07 \geq 1,96$  dan nilai  $p = 0,002$  ( $p < 0.05$ ) Dengan hasil ini maka hipotesis penelitian ( $H_4$ ) diterima.

### Pembahasan

Berikut akan diulas temuan penelitian atas analisis data empiris sehubungan dengan hipotesis yang diajukan, yaitu pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah:

### Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Peningkatan kualitas layanan merupakan alat yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam perbankan yang bergerak dibidang jasa, kualitas layanan merupakan indikator penting untuk menjaga *market*. Bank

Muamalat merupakan salah satu yang memahami pentingnya menjaga kualitas layanan yang prima karena sangat erat kaitannya dengan kepuasan nasabah.

Seperti dalam penelitian Aryani dan Rosinta (2010) menyatakan terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Hallowell (1996) bahwa kepuasan memiliki potensi untuk membangun loyalitas. Kepuasan pelanggan adalah kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Perusahaan memperoleh banyak manfaat dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992 dalam Aryani dan Rosinta, 2010). Pelanggan yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah merek, kurang sensitif terhadap harga, membeli lebih sering dan atau lebih banyak, menjadi *strong word of mouth*, menciptakan *business referrals*. Dalam jasa perbankan seorang *frontliner* melakukan pelayanan yang baik terhadap nasabah dengan tujuan memberi kepuasan akan kepentingan transaksi terhadap nasabah tersebut.

Pada hasil penelitian dengan menggunakan bantuan SPSS dan PLS, diketahui bahwa Bank Muamalat Indonesia Cabang Darmo telah mempunyai standar kualitas layanan yang prima hal ini dibuktikan dengan distribusi jawaban nasabah yang merasakan telah mendapatkan kualitas layanan sesuai dengan harapan mereka, meliputi pelayanan yang mampu membantu mengatasi kesulitan nasabah, kecepatan dan keakuratan pelayanan, keramahan pelayanan dan keramahan dari staf yang menangani nasabah. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah terdapat hubungan yang signifikan artinya bahwa meningkatnya kualitas layanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

#### **Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah**

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan hal penting dalam menyediakan pelayanan yang baik, efisien dan efektif. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan indikator keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan baik. Suatu pelayanan dapat dikatakan memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah atau pelanggan. Apabila pelanggan merasa tidak terpenuhi keinginannya terhadap suatu

pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien sehingga tidak terpenuhinya kepuasan nasabah dan pelanggan. Pelanggan yang merasa terpenuhinya kepuasan atau memiliki rasa yang senang maka dipastikan nasabah atau pelanggan itu secara perlahan timbul rasa loyalitas terhadap suatu produk atau jasa.

Aryani dan Rosinta (2010) menyatakan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (Zeithaml *et al*, 1996; Japariato *et al*, 2007) dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (Samuel dan Wijaya, 2009). Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Hallowell (1996) bahwa kepuasan memiliki potensi untuk membangun loyalitas. Kepuasan pelanggan adalah kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Perusahaan memperoleh banyak manfaat dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan.

Pada hasil penelitian dengan menggunakan bantuan SPSS dan PLS, diketahui bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo termasuk dalam kategori tinggi hal ini dibuktikan pernyataan bahwa sistem syariah dan produk-produk yang ditawarkan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya Darmo sesuai dengan nasabah harapkan. Kemudian hubungannya kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah, terdapat pengaruh yang positif signifikan, hal ini berarti bahwa meningkatnya kepuasan nasabah akan meningkatkan loyalitas nasabah.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

Kualitas layanan pada PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya berada pada kategori yang baik hal ini didukung oleh kualitas layanan *frontliner* kepada nasabah dalam melayani transaksi, kecepatan transaksi dan bersikap yang simpatik sehingga nasabah merasa terpenuhi kebutuhan dan menciptakan rasa kepuasan nasabah sehingga akan berdampak menambahnya kepuasan nasabah PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo Surabaya.

Kepuasan nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya tergolong dalam kategori yang baik. Pada penelitian ini nasabah PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya merasa terpenuhi semua kebutuhannya dan merasa puas terhadap layanan jasa perbankan yang telah diberikan oleh *frontliner* PT Bank Muamalat Indonesia, kepuasan nasabah ini mempengaruhi bentuk loyalitas secara langsung sehingga nasabah yang merasa loyal terhadap produk dan jasa perbankan yang telah diperoleh maka akan terus menggunakan produk, mereferensikan kerabat dan senantiasa melakukan transaksi di PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya hal ini dapat disimpulkan meningkatnya kepuasan nasabah maka akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Dalam penerapannya kepuasan nasabah memberikan efek yang positif dan signifikan serta memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya. Dengan adanya kepuasan nasabah secara tidak langsung akan memperkuat loyalitas nasabah terhadap PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya. Layanan yang telah diberikan kepada nasabah mampu menimbulkan rasa kepuasan berdampak terhadap loyalitas nasabah, dengan bersikap ramah, penuh perhatian dan penuh simpatik akan membuat nasabah merasa sangat diperhatikan.

#### **Saran**

Setelah dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan nasabah, peneliti mencoba memberikan saran kepada peneliti yang akan datang dan PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya. Adapun saran disampaikan penulis adalah sebagai berikut :

Dalam penelitian ini, disarankan PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya menawarkan bagi hasil atau nisbah yang kompetitif kepada nasabah Bank Muamalat agar nasabah lebih tertarik menanamkan dana yang lebih besar untuk deposito rupiah, deposito USD, tabungan rencana dan tabungan muamalat prima yang saat ini nisbah masih kecil atau kurang kompetitif sehingga dengan bertambahnya nisbah atau bagi hasil yang lebih kompetitif dapat membuat nasabah merasa puas dan senang menabung di Bank Muamalat Indonesia .

Dalam penelitian ini, disarankan PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo-Surabaya membuat terobosan atau produk unggulan lainnya dari yang ada saat ini agar nasabah bank Muamalat dapat memilih produk yang diinginkan sesuai kebutuhan nasabah sehingga nasabah semakin loyal menggunakan produk-produk unggulan Bank Muamalat Indonesia yang lainnya.

Dalam penelitian ini, disarankan PT Bank Muamalat Indonesia cabang Darmo memberikan sosialisasi bahwa PT Bank Muamalat Indonesia termasuk bank peserta penjaminan dan memberikan stiker di pintu masuk nasabah dengan ukuran sedang bertuliskan LPS ( lembaga penjamin simpanan) sehingga nasabah merasa lebih percaya kepada bank Muamalat Indonesia untuk menanamkan atau menabungkan dana yang lebih besar lagi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andreani Caroline Barus, 2013, *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, Vol. 3, No. 2, Tahun 2013.
- Budi Priharyanto, 2009, *Pengaruh Current Ratio, Inventory Turn Over, Debt to Equity Ratio (DER) dan Size Terhadap Return On Assets (ROA) pada perusahaan food and beverage dan customer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2005-2007*, Tesis, Semarang: Universitas Diponegoro
- Brigham, Eugene F. dan Joel F.Houston, 2009, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Buku Satu, Edisi Kesepuluh*, Alih Bahasa Ali Akbar Yulianto, Jakarta : Salemba Empat.
- Darsono, Ari Purwanti, 2008, *Pedoman Praktik Memahami Laporan Keuangan*, Andi, Yogyakarta.
- Darsono, Azhari, 2005, *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*, Andi, Yogyakarta
- Fahmi, Irham, 2012, *Analisis Laporan Keuangan*, Cetakan Ke-2, Bandung: Alfabeta
- Ferdinand, 2014, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Cetakan ke IV*, Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Semarang: UNDIP.
- Husnan, Suad, 2010, *Manajemen Keuangan : Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)* , Edisi Keempat, Jilid satu, Penerbit BPF.
- Ika, Kirwani, 2012, *Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Rasio Aktivitas terhadap Profitabilitas KPRI "Makmur" Krian*.

- Kasmirr, 2010, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Prenada Media Group
- Kurnia, Meriana, 2014, *Pengaruh Debt to Asset Ratio, Current Ratio dan Inventory Turnover Ratio Terhadap Return On Assets Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2009-2012*. Jurnal Akutansi Fakultas Ekonomi, Tahun 2014, Hal 13-15.
- Mardiyanto, 2009, *Intisari Manajemen Keuangan*, Jakarta: PT.Gramedia Widasarana Indonesia (GRASINDO)
- Martono dan Agus, 2007, *Manajemen Keuangan*, Edisi Pertama, Ekonisia: Yogyakarta
- Mulyadi, 2001, *Balance Scorecard : Alat Manajemen Kontemporer untuk Pelipat Ganda Kinerja Keuangan Perusahaan*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Jakarta : Salemba Empat
- Munawir, 2007, *Analisis Laporan Keuangan*, Yogyakarta: Liberty
- Murhadi, Wenner R, 2013, *Analisis Laporan Keuangan, Proyeksi dan Valuasi Saham*, Jakarta: Salemba Empat
- Sawir, 2001, *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan keuangan perusahaan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sofyan, Syafri Harahap, 2007, *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Subalno, 2009, *Analisis Pengaruh Faktor Fundamental dan Kondisi Ekonomi Terhadap Return Saham (Study Kasus pada Perusahaan Otomotif dan Komponen yang listed di Bursa Efek Indonesia periode 2003-2007*, Tesis, Semarang: Universitas Diponegoro
- Sudana, Made, 2009, *Manajemen Keuangan : Teori Dan Praktik*, Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan Unair (AUP)
- Sugiyono, 2010, *Metode penelitian pendidikan*, Bandung: Alfabeta
- Sugiono, Arief, 2016, *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan*, Jakarta: PT.Grasindo
- Supardi, H.Suratnoi, Suyanto, 2016, *Pengaruh Current Ratio, Debt to Asset Ratio, Total Asset Turn Over dan Inflasi terhadap Return On Asset*. Jurnal Ilmiah Akutansi Fakultas Ekonomi, Vol. 2, No. 2, Tahun 2016, Hal 16-27.
- Syamsuddin, 2006, *Manajemen Keuangan Perusahaan : Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan dan Pengambilan Keputusan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Van Horne James C, Wachowicz John M, 2008, *Financial Management : Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*, Buku 1 Edisi Keduabelas, Penerbit Salemba Empat
- Verolika, 2014, *Pengaruh Debt to Equity Ratio, Firm Size, Inventory Turn Over dan Assets Turn Over Pada Profitabilitas*, E-Jurnal Akuntansi, Tahun 2014, Hal 261-273
- Welinda, 2011, *Analisa Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turn Over, Debt to Equity Ratio, Sales dan Size terhadap Return On Asset (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia 2006-2009*. Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang
- Wiranti, Anita Ipin, 2015, *Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Debt to Asset Ratio terhadap Return On Asset Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Plastik dan Kemasan yang Tedaftar di Bursa Efek Indonesia 2009-2013*.