

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAAN NASABAH  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK  
SYARIAH MANDIRI DI SURABAYA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

**HAYQAL TOFANI ARDHAN**  
**NIM : 2015710781**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2019**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Hayqal Tofani Ardhan  
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 17 Mei 1997  
N.I.M : 2015710781  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan  
Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank  
Syariah Mandiri di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing,

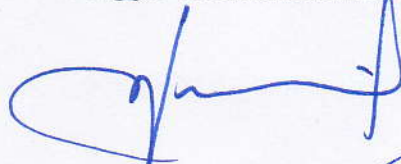
Tanggal : 3 November 2019



**(Zubaidah Nasution, S.E., M.SEI)**

Ketua Program Studi Sarjana Ekonomi Syariah

Tanggal : 3 November 2019



**(Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari, M.Si)**

# ***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY BANK SYARIAH MANDIRI IN SURABAYA***

**Hayqal Tofani Ardhan**  
STIE Perbanas Surabaya  
Email : [haikaltofani48@gmail.com](mailto:haikaltofani48@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Bank Syariah Mandiri Customer loyalty in Surabaya. This research is descriptive, a large sample in this study consisted of 100 respondents from Bank Syariah Mandiri. Sampling is done through purposive sampling. Data collection is done by distributing questionnaires. This research was conducted using WarpPLS 6.0. Service quality has a non-significant effect such as Customer Loyalty. Service quality has a significant effect on Customer Satisfaction. Customer Satisfaction has a significant influence on Customer Loyalty.*

**Key words:** *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

## **PENDAHULUAN**

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan suatu bank dapat dilihat dari loyalitas nasabah. Dalam hal ini loyalitas nasabah merupakan perilaku yang terkait dengan produk dan layanan bank (Peng & Moghavvemi, 2015). Produk dan layanan perbankan yang baik dapat mempertahankan pelanggan lama dimana dibutuhkan biaya yang lebih murah jika dibandingkan dengan biaya mencari pelanggan baru. Persaingan yang semakin ketat dan berkembangnya ekspektasi pelanggan mendorong perusahaan lebih memfokuskan pada upaya mempertahankan pelanggan yang ada. Loyalitas mengacu pada komitmen setiap konsumen untuk membeli kembali produk dan

layanan yang disukai secara konsisten di masa depan. Zeithaml *et al.*, (1996) dalam Amin, Isa, & Fontaine (2013) mengatakan bahwa seseorang dapat mengukur loyalitas dengan melihat dari jumlah nasabah yang terus membeli produk perbankan karena sikap positif yang dihasilkan produknya untuk mereka. Oleh karena itu loyalitas didefinisikan sebagai sikap dan perilaku. Kinerja layanan atau produk sama atau diatas harapannya, maka kepuasan akan terjamin, sebaliknya kinerja layanan atau produk dibawah ekspektasi, maka nasabah merasa tidak puas. Motivasi utama yang menekankan semakin tingginya kepuasan nasabah mengarah ke posisi persaingan yang

lebih kuat yang menghasilkan pangsa pasar signifikan dari penjualan berulang, pengalaman yang positif, dan loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas akan kembali dan membeli lebih banyak dan mereka akan memberi tahu kepada orang lain tentang pengalaman mereka tentang pelayanan dan produknya. . Dari sisi lain, perusahaan yang menggunakan banyak energi untuk branding memang memiliki kepuasan nasabah yang tinggi tetapi mereka tidak memiliki loyalitas yang tinggi. Keberhasilan jangka panjang dan reputasi suatu bank tergantung pada loyalitas nasabah. Gronholdt *et al.*, (2000) dalam Sabir *et al.*, (2014) mengatakan bahwa perusahaan dengan strategi harga rendah memiliki loyalitas yang jauh lebih tinggi dari yang diharapkan dari kepuasan nasabah. Nasabah selalu benar dan pencapaian loyalitas adalah prinsip utama bagi bisnis. Loyalitas pelanggan merupakan bentuk kesetiaan seseorang serta perilaku seseorang untuk mau dan bersedia merekomendasikan apa yang ia rasakan kepada orang lain

adalah bentuk dari kecintaan dan kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi keinginan semua pemasar. Loyalitas adalah perilaku yang murni muncul dari benak pelanggan sehingga tidak bisa dipaksakan.

Merujuk hasil survey Top Brand Award Indonesia pada tahun 2017-2019, Seperti yang tampak pada tabel 1.1, data di Bank Syariah Mandiri menunjukkan bahwa rating Bank Syariah Mandiri pada tahun 2017 merupakan yang tertinggi tercatat sebesar 26,1% tahun 2018 mandiri juga masih menjadi bank rating tertinggi tercatat sebesar 27,6% dan 2019 sebesar 21,2%. Ditahun 2019 tercatat mandiri mengalami penurunan drastis Fenomena tersebut perlu diperhatikan oleh Bank Syariah Mandiri karena loyalitas merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan kesuksesan sebuah bank.

**Tabel 1**  
**TOP BRAND AWARD DALAM KATEGORI LAYANAN PERBANKAN SYARIAH KATEGORI TABUNGAN SYARIAH**

| <b>BANK</b>                       | <b>TBI (2017)</b> | <b>TBI (2018)</b> | <b>TBI (2019)</b> | <b>TOP</b> |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------|
| <b>BRI Syariah</b>                | 22,9%             | 27,5 %            | 29,1 %            | TOP        |
| <b>Bank Syariah Mandiri (BSM)</b> | 26,1%             | 27,6 %            | 21,2 %            | TOP        |
| <b>BNI Syariah</b>                | 15,2%             | 27,0 %            | 20,0 %            | TOP        |
| <b>Bank Muamalat</b>              | 13,3%             | 4,2 %             | 4,7 %             |            |
| <b>Bank BCA</b>                   | 3,8 %             | 6,5 %             | 15,14 %           |            |

Sumber : Olahan data (<http://www.topbrand-award.com/>)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah diartikan sebagai perasaan dan sikap nasabah dalam kaitannya dengan komponen perusahaan seperti pelayanan di mana perusahaan tersebut telah berhasil membuat nasabah menyukai merk atau layanan tertentu ( Peng & Moghavemmi, 2015).

Kepuasan nasabah sebagaimana Kepuasan nasabah sebagaimana dijelaskan oleh Oliver (1997) dalam Amin, Isa, Fontaine, (2013) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah pertemuan penuh pelanggan harapan dari produk dan layanan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Oleh sebab itu, bank harus mampu melakukan inovasi terhadap produknya agar produk tersebut memiliki nilai tambah daripada produk bank lain. Jika nasabah dapat merasakan nilai tambah dari produk tersebut maka dengan sendirinya kepuasan nasabah dapat tercapai. Nasabah yang telah merasa puas terhadap pelayanan penyedia jasa perbankan cenderung akan menyampaikan rasa puasnya kepada orang lain dan secara tidak langsung hal itu dapat mempengaruhi orang lain agar menggunakan jasa dari bank tersebut.

Kualitas layanan juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan nasabah. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian yang sering. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

Sebagai perusahaan dibidang jasa, bank harus dapat memberikan kualitas layanan yang baik bagi nasabahnya. sebagaimana yang disampaikan surat an-nahl ayat 91 menjelaskan bahwa Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat.

Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Surat An-nahl ayat 91 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا  
الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا  
إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah sumpahmu itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.

Dengan kualitas layanan adalah kesediaan atau kemauan pegawai memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah. Sesuai apa yang dijanjikan bank kepada nasabah. Dan pihak karyawan bank harus memberikan kualitas pelayanannya. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas.

Pada akhirnya hal tersebut akan meningkatkan loyalitas nasabah. Di samping itu kualitas layanan juga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas jika merasa puas jika diperlakukan secara adil dan penuh perhatian.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI DI SURABAYA”

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan di atas, maka untuk perumusannya sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Bank Syariah Mandiri di Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri?

### **KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS**

#### **Loyalitas Nasabah**

Loyalitas nasabah merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank. Menurut Griffin (2005:31) dalam Evi Okatviani Satriyanti (2012) Loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli.

Persaingan yang semakin ketat dan berkembangnya ekspektasi nasabah mendorong bank untuk lebih memfokuskan kepada upaya untuk mempertahankan loyalitas nasabah merupakan cara yang lebih efisien daripada bank harus mencari nasabah baru, mempertahankan loyalitas nasabah dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan meningkatkan kinerja sumber daya manusia yang dalam hal ini karyawan bank agar dapat

menumbuhkan rasa percaya akan kemampuan bank yang pada akhirnya dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya.

#### **Kualitas Layanan**

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001) dalam Evi Okatviani Satriyanti (2012). Suatu layanan adalah suatu proses yang terdiri dari serangkaian kegiatan yang kurang lebih tidak berwujud yang biasanya terjadi dalam interaksi antara pelanggan dan karyawan layanan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia layanan, yang disediakan sebagai solusi untuk masalah pelanggan.

Kualitas dapat juga didefinisikan sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas layanan telah semakin diakui sebagai faktor penting dalam keberhasilan bisnis apa pun. Kualitas layanan telah banyak digunakan untuk mengevaluasi kinerja layanan perbankan. Bank akan memahami bahwa nasabah akan loyal jika mereka diberikan layanan yang lebih besar daripada pesaing mereka

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian yang sering. Jadi, dapat disimpulkan bahwa

kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

### **Kepuasan Nasabah**

Konsep kepuasan pelanggan memiliki posisi sentral dalam pemasaran karena merupakan hasil utama dari kegiatan pemasaran dan menghubungkan proses pembelian dan konsumsi atau penggunaan produk atau layanan dengan perubahan sikap, pembelian berulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

kepuasan pelanggan adalah pertemuan penuh pelanggan harapan dari produk dan layanan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Oleh sebab itu, bank harus mampu melakukan inovasi terhadap produknya agar produk tersebut memiliki nilai tambah daripada produk bank lain. Jika nasabah dapat merasakan nilai tambah dari produk tersebut maka dengan sendirinya kepuasan nasabah dapat tercapai.

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah**

Kualitas layanan merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya layanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian ulang yang lebih sering. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh

perusahaan guna memenuhi harapan konsumen

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Sedangkan pelayanan mengandung pengertian setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu (Evi Okatviani Satriyanti, 2012).

Kualitas layanan yang tinggi menghasilkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan, kemauan yang lebih besar untuk merekomendasikan kepada orang lain, pengurangan keluhan dan peningkatan tingkat retensi pelanggan kualitas adalah anteseden dari kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Menurut Kotler dalam Peng dan Moghavemmi (2015) Kualitas Pelayanan adalah mutu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Konsumen dapat mengalami mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa.

**Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah**

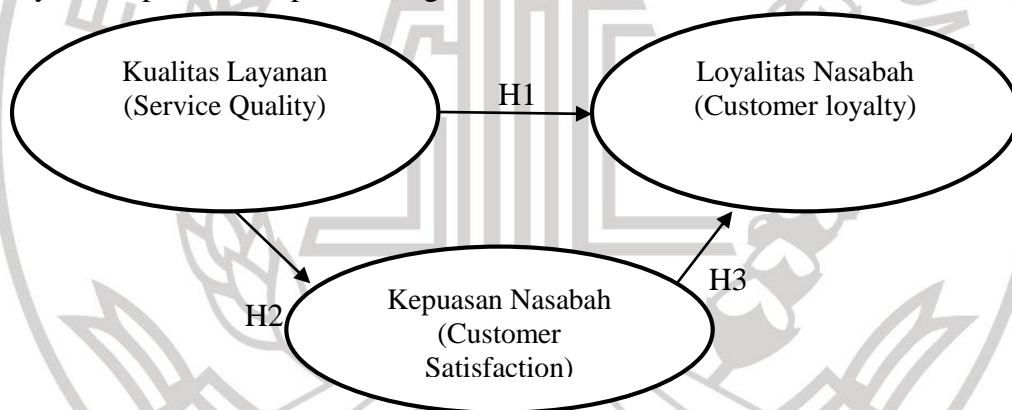
Kepuasan nasabah merupakan faktor loyalitas nasabah, Kepuasan pelanggan adalah seberapa jauh persepsi kinerja sebuah produk sesuai dengan harapan-harapan seorang pembeli (Kotler dan Amstrong, 2004:793) dalam Evi Okatviani Satriyanti (2012). Salah satu hal yang diperlukan nasabah adalah kepuasan. Kepuasan nasabah hanya dapat tercapai dengan

memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah.

Produk yang ditawarkan Produk yang ditawarkan juga dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik fitur-fitur atau fasilitas yang ditawarkan pada produk tersebut, maka nasabah dengan sendirinya akan merasa puas. Oleh sebab itu bank harus mampu melakukan inovasi terhadap produknya agar produk tersebut memiliki nilai tambah daripada produk bank lain.

**Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1  
Kerangka Pemikiran**

Sumber : Data diolah  
Berdasarkan kerangka di atas, dalam penelitian ini terdiri dari beberapa hipotesis penelitian sebagai acuan awal penelitian, yang didasarkan teori dan penelitian terdahulu:

H1 : Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya.

H2 : Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya.

H3 : Kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya.



## METODE PENELITIAN

### Klasifikasi Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian ini tidak semua populasi diteliti melainkan hanya anggota populasi yang terpilih sebagai sampel. Sampel adalah sebagian dari populasi penelitian secara langsung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang berdasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu. Dimana kriteria tersebut meliputi:

1. Nasabah Bank Syariah Mandiri.
2. Berusia minimal 17 tahun.
3. Sudah menjadi nasabah minimal 6 bulan.
4. Domisili Surabaya.

### Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang didapat atau dikumpulkan langsung dari sumber pertama. Metode yang digunakan adalah kuesioner yang merupakan kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dengan perincian yang disesuaikan agar dapat dimengerti dan dipahami secara langsung oleh responden. Responden diminta untuk memberikan penilaian atas pernyataan yang sesuai dengan pilihannya yang ditujukan kepada responden tersebut, setelah itu data diolah, dianalisis, dan diuji untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

### Pengukuran Variabel

Penelitian ini diukur menggunakan skala Likert lima poin. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tanggapan responden terhadap objek memiliki kriteria yang dapat dipilih yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (R), tidak setuju (TS), atau sangat tidak setuju (STS) dengan bobot nilai yang merentang 1-5.

### Teknik Analisis Data

#### Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen. Dalam penelitian ini peneliti memberikan sebuah gambaran secara detail dari hasil jawaban responden dari nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya melalui kuesioner yang telah diisi.

#### Analisis Statistik

Analisis statistik digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh dari beberapa variabel eksogen, variabel mediasi, dan variabel endogen. Alat uji statistik yang digunakan dalam pengujian hipotesis di penelitian ini adalah *Partial Least Square Structural Modelling* (PLS-SEM) dengan menggunakan program WarpPLS. Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran atau *outer model* dan model struktural atau *inner model*. Penelitian ini menguji Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya.

**TABEL 2**  
**KARAKTERISTIK RESPONDEN**

| <b>KARAKTERISTIK</b>                             | <b>FREKUENSI</b> | <b>PRESENTASE</b> |
|--|------------------|-------------------|
| <b>JENIS KELAMIN</b>                             |                  |                   |
| Laki-laki  | 35               | 35%               |
| Wanita   | 65               | 65%               |
| <b>USIA</b>                                      |                  |                   |
| $17 \leq x < 25$ tahun                           | 31               | 31%               |
| $25 \leq x < 35$ tahun                           | 24               | 24%               |
| $35 \leq x < 45$ tahun                           | 30               | 30%               |
| $x \geq 45$ tahun                                | 15               | 15%               |
| <b>PENDIDIKAN</b>                                |                  |                   |
| SMA  | 31               | 31%               |
| DIPLOMA  | 11               | 11%               |
| S1   | 57               | 57%               |
| LAIN-LAIN  | 1                | 1%                |
| <b>LAMA MENJADI NASABAH</b>                      |                  |                   |
| $6 \geq 11$ Bulan                                | 5                | 5%                |
| $1 \geq 5$ Tahun                                 | 29               | 29%               |
| $6 \geq 10$ Tahun                                | 37               | 37%               |
| $\geq 10$ Tahun                                  | 29               | 29%               |
| <b>PEKERJAAN/STATUS</b>                          |                  |                   |
| Mahasiswa  | 29               | 29%               |
| Pegawai negeri sipil                             | 1                | 1%                |
| Pegawai swasta                                   | 67               | 67%               |
| Wiraswasta                                       | 3                | 3%                |
| Lainnya  | 0                | 0%                |
| <b>LAYANAN BANK YANG PALING SERING DIGUNAKAN</b> |                  |                   |
| Setor tunai                                      | 4                | 4%                |
| Tarik tunai                                      | 80               | 80%               |
| Transfer   | 16               | 16%               |
| Pembayaran                                       | 0                | 0%                |
| Lain-lain  | 0                | 0%                |

Sumber: Diolah (2019)

Tabel 2 Menampilkan data karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan akhir, dan lama bekerja. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin karyawan BNI Syariah di Surabaya didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan. Karakteristik responden berdasarkan usia karyawan Bank Syariah Mandiri di Surabaya

didominasi oleh responden yang berusia  $25 \leq x < 35$  tahun. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan Bank Syariah Mandiri di Surabaya didominasi oleh responden S1. Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya didominasi oleh responden  $6 \geq 10$  Tahun. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan Bank Syariah

Mandiri di Surabaya didominasi oleh responden pegawai swasta.

Karakteristik responden berdasarkan layanan bank yang paling sering

digunakan didominasi oleh tarik tunai.

### Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

Model PLS *convergent validity* dapat dikatakan valid jika nilai konstruk *loading factor*  $\geq 0,5$ . Untuk Variabel kualitas layanan sudah valid adapun

variabel kepuasan nasabah juga sudah valid dan variabel loyalitas nasabah sudah valid dikatakan valid apabila memiliki signifikan korelasi lebih dari 0.5 maka tingkat validitas variabel sudah memenuhi syarat.

Validitas *discriminant* yang baik ditunjukkan dari akar kuadrat AVE untuk tiap konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk dalam model. Seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai AVE  $>0,5$ , sehingga dapat disimpulkan uji validitas diskriminan pada penelitian

ini adalah baik. Pengujian sampel besar didapatkan nilai AVE variabel KL sebesar 0,916, variabel KN sebesar 0,989 dan variabel LN sebesar 0,966.

Mengukur reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Sebuah instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika instrumen penelitian tersebut terbukti memberikan koefisien reliabilitas yaitu, jika indikator menghasilkan nilai

*Composite Reliability*  $>0,6$ . Nilai dari *Composite Reliability* baik, karena semua konstruk memiliki hasil  $>0,6$ , sehingga, dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki hasil yang reliabel atau memenuhi uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Laten**

| Variabel          | <i>Composite Reliability Coefficient</i> | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|-------------------|--|-------------------------|------------|
| Kualitas Layanan  | 0,932                                    | 0,916                   | Reliabel   |
| Kepuasan Nasabah  | 0,989                                    | 0,8985                  | Reliabel   |
| Loyalitas Nasabah | 0,978                                    | 0,966                   | Reliabel   |

Sumber : Data diolah (2019)

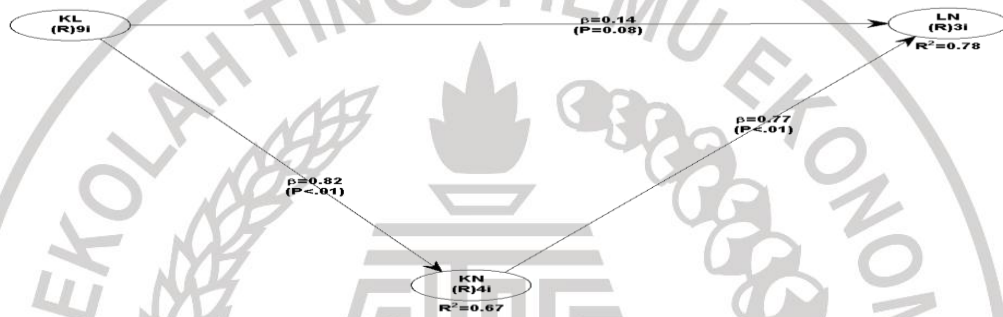
### Analisis Statistik

Alat uji statistik yang digunakan dalam pengujian hipotesis di

penelitian ini adalah *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Berdasarkan pada model dalam penelitian ini, dimana yang merupakan variabel bebas Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah kemudian yang merupakan variabel Terikat adalah

Loyalitas Nasabah. Hubungan ketiga variabel tersebut dapat digambarkan seperti dalam bagan di bawah ini:

**Gambar 2**  
**Model Analisis Jalur**



Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan hasil estimasi model yang ditunjukkan di atas pada gambar 2 dengan analisis sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan secara langsung tidak berpengaruh terhadap
2. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah Koefisien jalur ( $\beta$  sebesar 0,82 dengan signifikan 0,01). Semakin tinggi kualitas layanan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.
3. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

loyalitas nasabah. Koefisien jalur ( $\beta$  sebesar 0,14 dengan signifikan 0,08 atau  $> 0,05$ ). Artinya kualitas layanan tinggi tidak mempengaruhi loyalitas nasabah.

Koefisien jalur ( $\beta$  sebesar 0,77 dengan signifikan  $< 0,01$ ). Artinya semakin tinggi kepuasan nasabah pada berbagai aspeknya maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Surabaya.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah**

Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Hipotesis tidak diterima dan tidak teruji kebenarannya dikarenakan kualitas layanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah. Artinya kualitas layanan yang baik dalam berbagai aspek tidak menyebabkan menjadi loyal terhadap Bank Syariah Mandiri. Koefisien jalur yang negatif tersebut menunjukkan hubungan yang berlawanan antara kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Artinya semakin tinggi kualitas layanan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah.

#### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Terbukti kebenarannya bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Artinya kualitas layanan yang diberikan kompetitif maka akan membentuk kepuasan nasabah meningkat. Nasabah akan merasa puas jika diperlakukan secara adil dan penuh perhatian.

#### **Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasil hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan “Kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah”. Terbukti kebenarannya bahwa kepuasan nasabah berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah. Artinya semakin tinggi kepuasan nasabah pada berbagai aspek organisasi pekerjaannya maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah.

#### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN SARAN**

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah tinggi rendahnya loyalitas nasabah tidak dipengaruhi oleh kualitas layanan.
2. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi kepuasan nasabah Bank Syariah mandiri semakin tinggi pula kepuasan nasabahnya.
3. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi kepuasan yang didapatkan nasabah Bank Syariah Mandiri semakin tinggi pula loyalitas nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri.

Penulis menyadari bahwa penelitian yang dilakukan masih memiliki banyak keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti kurang mengontrol responden selama mengisi kuesioner tersebut.
2. Pengumpulan data ini diperoleh selama empat minggu dengan jumlah sampel terbatas.
3. Dalam pengisian terdapat kendala yaitu responden terburu-buru dalam pengisian kuesioner.

Berdasarkan pada hasil dan keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri hendaknya terus meningkatkan kualitas karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah agar

menghasilkan kepuasan bagi nasabah secara menyeluruh dan membentuk loyalitas mereka terhadap Bank Syariah Mandiri.

## 2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya diharapkan untuk menambah variabel lain diluar variabel penelitian yang telah dilakukan. Karena diduga masih banyak variabel lain yang mempengaruhi sifat loyalitas dari nasabah dengan mempertimbangkan kondisi nyata di lapangan. dan diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai masalah ini secara lebih mendalam. Pendalaman pada penelitian ini akan lebih akurat dan maksimal apabila sampel yang diambil diperluas, baik dari jenis-jenis Bank Syariah Mandiri atau lembaga-lembaga lain, baik lembaga bank atau non bank.

## DAFTAR RUJUKAN

Evi, O. S. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Bank Muamalat di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 171-184.

Fitri, N., & Basuki, R. 2011. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya. *Journal Business and Banking*, 51-60.

Imam, G. 2016. *Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Imam, G. 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif untuk akuntansi, bisnis dan ilmu sosial lainnya*. Semarang: Yoga pratama.

Kazi, O. S. 2011. Interrelations between Service Quality Attributes, Customer. *International Journal of Business and Management*, 12-36.

Moghavvemi, S.-P. L. 2015. The Dimension of Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty: A Case of Malaysian 118.

Muslim, A., Zaidi, I., & Rodrigue, F. 2013. Contrasting the drivers of customer satisfaction on image, trust and loyalty of Muslim And non-Muslim customers in Malaysia. *Islamic Banks, 79-97. Journal of Business and Accounting*, 91-

Nandya, A. P., Zainul, A., & wilopo. 2016. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, DAN Switching Barrier Terhadap Kepuasan Pelanggan & Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 128-134.

Raja, I. S., Osama, G., Naeem, A., Iqra, H., & Asad, U. R. 2014. Factors Affecting Customer Satisfaction in Banking Sector of Pakistan. *International Review of Management and Business Research*, 1014-1026.

Sholihin, Mahfud, dan Dwi Ratmono. 2013. Analisis SEM-PLS

dengan WarpPLS 3.0. Yogyakarta:  
Andi.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung: Alabeta.

Syofiyani, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Graha Ilmu.

<http://www.sindonews.com> diakses  
19 Mei 2019 Pukul 11.00

<http://www.tribunnews.com> diakses  
19 Mei 2019 Pukul 11.45

<http://www.topbrand-award.com>  
diakses 14 Maret 2019 Pukul 13.30

