

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH YANG DI MEDIASI
OLEH VARIABEL KEPUASAN NASABAH
BANK PANIN DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



OLEH :

LISNA ROMA IDA
2010210416

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2014**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Lisna Roma Ida
Tempat, Tanggal Lahir : Padang, 27 September 1992
N.I.M : 2010210416
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas
Nasabah Yang Di Mediasi Oleh Variabel
Kepuasan Nasabah Bank Panin di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 11-12-2014



(Dra. Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M)

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Tanggal : 18 Desember 2014



(Dr. Muazaroh, SE, MT)

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
NASABAH YANG DI MEDIASI OLEH VARIABEL
KEPUASAN NASABAH BANK PANIN
DI SURABAYA**

Lisna Roma Ida
STIE Perbanas Surabaya
E-Mail: lisnaromaida2792@gmail.com

ABSTRACT

The development of the banking industry that there is an impact on the competitive rivalry between banks. Therefore, the requires a strategy to win the competition, one of them through increased customer satisfaction. Customer satisfaction can be achieved through quality services, where customer service that exceeds expectations, it can give satisfaction and furthermore can create customer loyalty by continuing to use the services of banks. This study aims to determine the effect of service quality on customer loyalty mediated by customer satisfaction in Panin Bank.

This research is causal research with survey method. The population in this study are customers of Bank Panin in Surabaya. Samples were taken up to 95 people using purposive sampling technique, so that the sample used is based on prescribed criteria, at least 17 years old, customers in Bank Panin in Surabaya, which has at least one years of being customers. Data collection in the study conducted by distributing questionnaires. Data analysis techniques are used path analysis.

The results in this study show that: (1) reability has no significant influence on customer satisfaction; (2) responsiveness has a significant influence on customer satisfaction; (3) guarantees has no significant influence on customer satisfaction; (4) empathy has a significant influence on customer satisfaction; (5) physical evidence has no significant influence on customer satisfaction; (6) customer satisfaction has significant influence on customer loyalty Panin Bank in Surabaya.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan di Indonesia berjalan sangat cepat dan menimbulkan banyak persaingan antar bank yang cukup ketat diikuti dengan kebutuhan dan keinginan para nasabah semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dibidang perbankan. Oleh karena itu,

Bank saling berlomba-lomba untuk memberikan kemudahan dan inovasi dalam pelayanan kepada para nasabahnya. Hal tersebut tidak lepas dari tugas para bankir yang harus terus-menerus melakukan riset pasar untuk mengetahui peluang sampai sejauh mana kebutuhan dan

keinginan para nasabah saat ini. Kepuasan nasabah merupakan tingkatan dimana nasabah sudah merasa bahwa keinginan atas suatu produk dapat terpenuhi. Kepuasan yang didasari oleh pencapaian kualitas yang baik dapat menciptakan loyalitas yang berkesinambungan.

Menciptakan kepuasan nasabah bukan salah satu tujuan akhir industri perbankan. Melainkan bagaimana cara industri perbankan dapat menciptakan loyalitas dan mempertahankan nasabahnya karena dalam kepuasan dan loyalitas nasabah, bank dapat menangkap peluang pasar yang cukup besar.

Adanya pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan laju pertumbuhan suatu bank untuk mendapatkan kepuasan nasabah yang berujung pada loyalitas.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi nasabah atas layanan yang benar-benar nasabah terima dengan layanan sesungguhnya yang nasabah harapkan. Menurut Awan, Khuram dan Anam (2011:204), bahwa nasabah bank banyak khawatir mengenai kualitas pelayanan karena meningkatnya kesadaran nasabah akan kualitas layanan. Nasabah terus berhubungan dengan bank saat ini hanya jika nasabah merasa puas, jika nasabah merasa tidak ragu-ragu untuk beralih ke bank lain. Pelayanan diharapkan membuat nasabah merasa puas dengan memberikan kepada

nasabah apa yang betul-betul nasabah butuhkan dan inginkan, bukan memberikan apa yang kita pikirkan. Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah merupakan hal penting yang mempengaruhi kinerja kompetitif organisasi dan kualitas maupun produktivitas yang tinggi. Sehubungan dengan hal tersebut, perusahaan harus meningkatkan daya saingnya, dengan cara bekerja untuk meningkatkan pelayanan.

Menurut Fandy dan Grigorius (2012:75), terdapat lima dimensi kualitas layanan yang sering dijadikan acuan dalam pemasaran jasa adalah:

1. Reliabilitas (keandalan), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Responsivitas (Daya Tanggap), yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan, mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko atau keraguan.
4. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2009:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi nasabah.

Kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang (Fandy dan Gregorius, 2012:55).

Fandy dan Gregorius (2012:58), mengemukakan upaya menciptakan kepuasan pelanggan bukanlah proses yang mudah, karena melibatkan pula komitmen dan dukungan aktif dari para karyawan dan pemilik perusahaan.

Kotler dan Keller (2009:140), mengemukakan ada sejumlah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan.

1. Survei berkala dapat melacak kepuasan pelanggan secara langsung dan juga mengajukan pertanyaan tambahan untuk mengukur niat pembelian kembali dan kemungkinan atau kesediaan responden untuk merekomendasikan suatu perusahaan dan merek kepada orang lain.
2. Mengamati tingkat kehilangan pelanggan.
3. Pembelanjaan Misterius sebagai pembeli potensial dan melaporkan titik kuat dan lemah yang dialaminya dalam membeli produk perusahaan maupun pesaing.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah memiliki pengertian kesetiaan, kecintaan nasabah pada suatu perusahaan yang bersifat kontinyu. Loyalitas adalah komitmen yang terbentuk secara kuat oleh nasabah untuk melakukan pembelian kembali suatu produk dan jasa dari perusahaan di masa yang akan datang dan tidak berpengaruh untuk melakukan pergantian merek.

Menurut Mengi (2009:12), konsep loyalitas memiliki empat tahap yang saling berurutan yaitu :

1. Loyalitas kognitif (*cognitively loyalty*) adalah tahap dimana adanya kepercayaan terhadap suatu merek, dan merek tersebut lebih dipilih daripada merek yang lain.
2. Loyalitas afektif (*affectively loyalty*) yaitu sikap pemilihan nasabah terhadap merek yang timbul akibat adanya kepuasan.
3. Loyalitas konatif (*conatively loyalty*) yaitu intensi membeli ulang yang kuat dan membeli keterlibatan tinggi sebagai dorongan motivasi.
4. Loyalitas tindakan (*action loyalty*) yaitu menghubungkan peningkatan yang baik dari minat dan keinginan menjadi sebuah tindakan yang disertai kemauan untuk mengatasi segala halangan yang mungkin terjadi.

Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Nasabah

Keandalan adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera,

akurat, dan memuaskan (Fandy dan Gregorius, 2012:75). Keandalan bank atau karyawan bank dalam melayani atau memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan nasabah akan berdampak pada kepuasan nasabah.

Keandalan bank atau karyawan bank dalam melayani atau memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan nasabah akan berdampak pada kepuasan nasabah.

Hipotesis 1 : Keandalan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Fandy dan Gregorius (2012:75), daya tanggap adalah keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Daya tanggap yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. (Rambat, 2013:217).

Pelayanan bank yang diberikan akan berdampak pada kepuasan nasabah, jika bank bersedia membantu nasabah dengan sepenuh hati nasabah akan merasa senang sehingga tercipta kepuasan pada nasabah tersebut.

Hipotesis 2 : Daya tanggap mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko atau keraguan (Fandy dan Gregorius, 2012:75). Menurut Rambat (2013:217), jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Semakin baik persepsi nasabah akan jaminan yang diberikan oleh bank kepada nasabah maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Apabila persepsi nasabah akan jaminan buruk maka berdampak pada kepuasan nasabah semakin rendah.

Hipotesis 3 : Jaminan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Nasabah

Empati meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan (Fandy dan Gregorius, 2012:75). Menurut Rambat (2013:217), empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan nasabah.

Dengan empati yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya dalam setiap pelayanannya akan membuat

nasabah puas untuk berinteraksi dengan bank tersebut. Semakin baik persepsi nasabah akan empati yang diberikan bank kepada nasabah maka kepuasan nasabah akan bank akan semakin baik. Apabila persepsi nasabah akan empati yang diberikan bank kepada nasabah maka kepuasan nasabah akan bank akan semakin buruk.

Hipotesis 4 : Empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah

Rambat (2013:120), menyatakan bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apa pun yang digunakan untuk mengomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu.

Kepuasan nasabah akan semakin terpancar apabila keadaan sekitar bank atau para pekerja bank ramah dan ruangan yang disediakan juga nyaman. Semakin baik persepsi nasabah terhadap bukti fisik yang diberikan bank maka kepuasan nasabah akan semakin baik. Apabila persepsi nasabah terhadap bukti fisik yang diberikan bank maka kepuasan nasabah akan semakin buruk.

Hipotesis 5 : Bukti fisik mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Kasmir (2012:264), menyatakan kepuasan nasabah yang

diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan :

1. Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank bersangkutan.
2. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
3. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
4. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut.

Kepuasan adalah salah satu diantara penyebab terbentuknya loyalitas. Nasabah yang puas akan memiliki loyalitas, tidak mudah berpindah ke bank lain sedangkan nasabah yang tidak puas akan tidak loyal terhadap bank yang dipilihnya. Menurut Shirshendu Ganguli dan Sanjit (2010:168), menyatakan bahwa kepuasan nasabah memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa nasabah yang memiliki kepuasan dan loyalitas yang tinggi, maka nasabah tersebut

akan melakukan pembelian secara berulang-ulang dan mampu menginformasikan tentang keunggulan dari produk-produk bank tersebut kepada orang lain.

Hipotesis 6 : Kepuasan nasabah mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

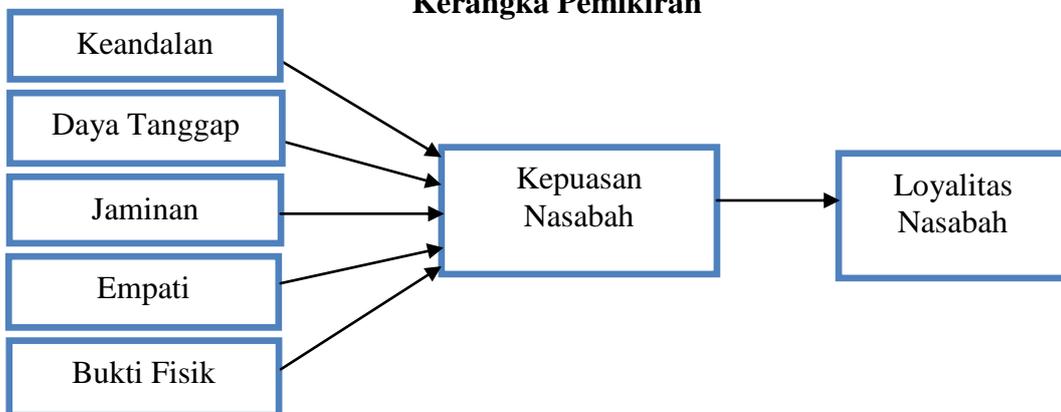
Pengaruh Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi oleh Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan bahwa pengaruh Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi

oleh Kepuasan Nasabah tidak signifikan. Hal ini dilihat dari pengaruh lima dimensi Kualitas Pelayanan ada 3 pengaruh variabel yang mempunyai pengaruh tidak signifikan pada Kepuasan Nasabah, sedangkan 2 pengaruh variabel lain berpengaruh signifikan pada Kepuasan Nasabah. Pada pengaruh variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan.

Hipotesis 7 : Dimensi – dimensi kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui variabel mediasi kepuasan nasabah.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, di mana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan (Mudrajat, 2009:123). Populasi dari penelitian

ini nasabah Bank Panin yang berada di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampling secara tidak terencana dan dilakukan dengan cara memilih responden yang ditemui berdasarkan kriteria-kriteria yang telah disebutkan dalam sampel (Juliansyah, 2013:155). Kriteria dalam pengambilan sampel yaitu :

Nasabah Bank Panin di Surabaya yang telah berusia minimal 17 tahun dan telah satu tahun menjadi nasabah pada Bank Panin di Surabaya.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti melalui kuesioner yang disebar pada responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner, yaitu dengan memberikan daftar pernyataan kepada responden, kemudian responden diminta untuk mengisi kuesioner dengan cara menjawab beberapa pernyataan yang telah disediakan yang sesuai dengan variabel yang diteliti. Responden yang dipilih adalah nasabah yang masih bertahan selama satu tahun pada Bank Panin di Surabaya. Pengumpulan data ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner di ATM Bank Panin yang tersebar di Surabaya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan statistik. Analisis deskriptif merupakan analisis yang dilakukan oleh seorang peneliti di lapangan yang berhubungan secara langsung dengan responden yang diteliti. Analisis statistik digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model analisis jalur.

Analisis Jalur

Menurut Imam Ghozali (2013:249), analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

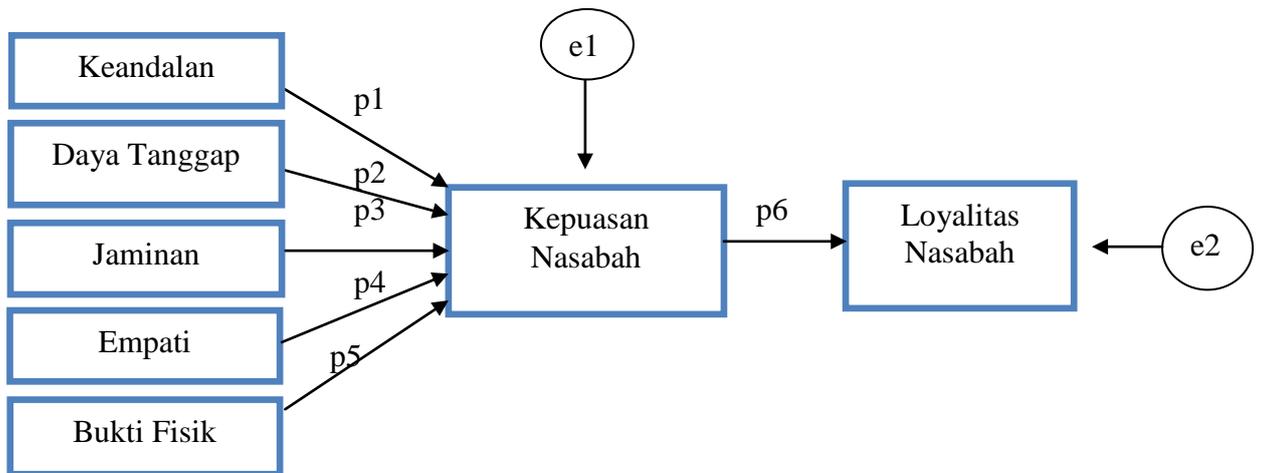
Di dalam menggambar diagram jalur yang perlu diperhatikan adalah anak panah berkepala satu merupakan hubungan regresi dan anak panah berkepala dua adalah hubungan korelasi. Jika didalam model terdapat lebih dari satu variabel independen atau exogen, maka antar variabel exogen ini harus dihubungkan dengan anak panah berkepala dua (korelasi).

Menurut Imam Ghozali (2013:260), untuk menganalisis hubungan antar variabel ini diperlukan persamaan regresi sebagai berikut :

1. Kepuasan Nasabah = b_1 keandalan + b_2 daya tanggap + b_3 jaminan + b_4 empati + b_5 bukti fisik + e_1
2. Loyalitas Nasabah = b_6 kepuasan nasabah + e_2 .

Dengan rumus :

Pengaruh tidak langsung keandalan-kepuasan-loyalitas = $p_1 \times p_6$
Pengaruh tidak langsung daya tanggap-kepuasan-loyalitas = $p_2 \times p_6$
Pengaruh tidak langsung jaminan-kepuasan-loyalitas = $p_3 \times p_6$
Pengaruh tidak langsung empati-kepuasan-loyalitas = $p_4 \times p_6$
Pengaruh tidak langsung bukti fisik-kepuasan-loyalitas = $p_5 \times p_6$
Total Pengaruh = $(p_1 \times p_6) + (p_2 \times p_6) + (p_3 \times p_6) + (p_4 \times p_6) + (p_5 \times p_6)$



Sumber : Imam Ghozali (2013 : 250)

Gambar 3.3
ANALISIS JALUR (*PATH ANALYSIS*)

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN
Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk

menggambarkan karakteristik jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner pada masing-masing variabel. Tabel 1 berikut adalah hasil uji deskriptif :

Tabel 1
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

Variabel	Mean	N
Keandalan	3,31	95
Daya Tanggap	2,63	95
Jaminan	3,31	95
Empati	3,21	95
Bukti Fisik	3,46	95
Kepuasan Nasabah	3,40	95
Loyalitas Nasabah	3,20	95

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa rata-rata Keandalan pelayanan Bank Panin di Surabaya sebesar 3,31 berada pada interval kelas $2,60 < a \leq 3,40$, yang menunjukkan bahwa nasabah masih ragu-ragu menyatakan tentang keandalan Bank Panin dalam melayani. Rata-rata Daya Tanggap sebesar 2,63 berada pada interval kelas $2,60 < a \leq 3,40$ yang menunjukkan bahwa nasabah

ragu-ragu terhadap daya tanggap Bank Panin dalam melayani nasabahnya dan rata-rata Jaminan sebesar 3,31 berada pada interval kelas $2,60 < a \leq 3,40$ yang menunjukkan bahwa nasabah ragu-ragu terhadap Jaminan yang diberikan Bank Panin. Rata-rata Empati sebesar 3,21 berada pada interval kelas $2,60 < a \leq 3,40$ yang menunjukkan bahwa nasabah masih ragu-ragu terhadap empati Bank

Panin, rata-rata Bukti Fisik sebesar 3,46 berada pada interval kelas $3,40 < a \leq 4,20$ yang menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan tanggapan terhadap bukti fisik. Rata-rata Kepuasan Nasabah sebesar 3,40 berada pada interval kelas $3,40 < a \leq 4,20$ yang menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan tanggapan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan rata-rata Loyalitas Nasabah sebesar 3,20 berada pada interval kelas $2,60 < a \leq 3,40$ yang

menunjukkan bahwa nasabah ragu-ragu terhadap loyalitas nasabah.

Hasil Analisis Dan Pembahasan

Model analisis jalur sesuai dengan yang dihipotesiskan dimana yang menjadi variabel bebas adalah variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, kemudian yang menjadi variabel terikat adalah variabel kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Hasil dari analisis jalur terdapat pada Tabel 2 berikut ini :

Tabel 2
ESTIMASI PARAMETER JALUR

No	Jalur	<i>Standardized Coefficients Beta</i>	t	Sig.	Keterangan
1.	Keandalan → Kepuasan Nasabah	0,110	1,115	0,268	Tidak Signifikan
2.	Daya Tanggap → Kepuasan Nasabah	0,376	3,349	0,001	Signifikan
3.	Jaminan → Kepuasan Nasabah	-0,017	-0,166	0,869	Tidak Signifikan
4.	Empati → Kepuasan Nasabah	0,311	3,352	0,001	Signifikan
5.	Bukti Fisik → Kepuasan Nasabah	0,140	1,279	0,204	Tidak Signifikan
6.	Kepuasan Nasabah → Loyalitas Nasabah	0.696	9,351	0,000	Signifikan

Sumber : *Data Diolah*

Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada variabel Keandalan dengan Kepuasan Nasabah dilihat dari Tabel 2 hasil t hitung sebesar 1,115 lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikan sebesar 0,268 lebih besar dari 0,05.

Penelitian ini sama dengan hasil penelitian menurut Dibyantoro, Alhushori dan Rini (2012:258) yang menyatakan bahwa Keandalan

mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Variabel Keandalan diukur meliputi penanganan masalah, kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan. Terdapat hasil dari R^2 sebesar 0,45 atau 45% yang berarti Keandalan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 45% terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 55% di pengaruhi oleh variabel lain.

Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa

variabel Keandalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah tidak teruji kebenarannya pada Bank Panin di Surabaya.

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Daya Tanggap terhadap Kepuasan Nasabah dilihat dari Tabel 2 hasil t hitung sebesar 3,349 lebih besar dari t tabel dan dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Penelitian ini sama dengan hasil penelitian dari Sriwidodo dan Rully (2010 : 171) yang hasilnya menyatakan bahwa Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini menunjukkan apabila dimensi-dimensi kualitas pelayanan bank yang dipersepsikan nasabah semakin tinggi, maka kepuasan yang dirasakan nasabah juga akan semakin tinggi.

Hasil dari R^2 sebesar 0,59 atau 59% yang berarti Daya Tanggap memiliki kontribusi pengaruh sebesar 59% terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 41% dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Daya Tanggap mempunyai pengaruh signifikan dengan Kepuasan Nasabah Bank Panin di Surabaya teruji kebenarannya pada Bank Panin di Surabaya.

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terdapat pengaruh

yang tidak signifikan pada variabel Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah dilihat dari Tabel 2 hasil t hitung sebesar -0,017 yang lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikan sebesar 0,869 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua nasabah yakin akan Jaminan dari Bank Panin di Surabaya. Kurangnya rasa aman yang dirasakan oleh nasabah akan mengganggu terciptanya Kepuasan Nasabah.

Penelitian ini sama dengan penelitian menurut Dibyantoro, Alhushori dan Rini (2012 : 256) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara, yang menyatakan bahwa Jaminan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Terdapat hasil R^2 sebesar 0,40 atau 40% yang berarti Jaminan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 40% terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 60% dipengaruhi oleh variabel lain.

Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel Jaminan mempunyai pengaruh signifikan dengan variabel Kepuasan Nasabah tidak teruji kebenarannya pada Bank Panin di Surabaya.

Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan ada pengaruh yang signifikan pada variabel Empati terhadap Kepuasan Nasabah dilihat dari Tabel 2 hasil t hitung sebesar 3,352 yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semakin meningkatnya

kualitas pelayanan dimensi ini akan menambah kepuasan nasabah Bank Panin di Surabaya.

Penelitian ini sama dengan hasil penelitian Sriwidodo dan Rully (2010:171) yang menyatakan bahwa variabel Empati mempunyai pengaruh signifikan dengan variabel Kepuasan Nasabah. Hasil dari R^2 sebesar 0,51 atau 51% yang artinya bahwa Empati memiliki kontribusi pengaruh sebesar 51% terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa variabel Empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah teruji kebenarannya pada Bank Panin di Surabaya.

Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada variabel Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah dilihat dari Tabel 2 hasil t hitung sebesar 1,279 yang lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikan sebesar 0,204 lebih besar dari 0,05. Hal ini terjadi karena tidak semua nasabah menyukai fasilitas yang telah diberikan oleh Bank Panin di Surabaya. Menurut Kaura (2013 : 181), menyatakan bahwa nasabah bank lebih fokus pada transparansi dalam harga, kenyamanan dan perilaku karyawan dari pada tampilan visual dari materi yang terkait dengan layanan.

Penelitian ini sama dengan hasil penelitian Kaura (2013 : 167) yang hasilnya menyatakan bahwa variabel Bukti Fisik mempunyai

pengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil dari nilai R^2 sebesar 0,48 atau 48% yang artinya bahwa Bukti Fisik memiliki kontribusi pengaruh sebesar 48% terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 52% dipengaruhi oleh variabel lain.

Dengan demikian hipotesis kelima yang menyatakan bahwa variabel Bukti Fisik mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah tidak teruji kebenarannya pada Bank Panin di Surabaya.

Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dilihat dari Tabel 2 hasil t hitung sebesar 9,351 yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai signifikan 0,05. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat Kepuasan Nasabah maka akan semakin tinggi Loyalitas Nasabah.

Penelitian ini sama dengan hasil penelitian Ganguli dan Sanjit (2010 : 183) yang hasilnya menyatakan ada pengaruh signifikan variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah. Terdapat hasil R^2 sebesar 0,49 atau 49% yang artinya bahwa Kepuasan Nasabah memiliki kontribusi pengaruh sebesar 49% terhadap Loyalitas Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 51% dipengaruhi oleh variabel lain.

Dengan demikian hipotesis keenam yang menyatakan bahwa variabel Kepuasan Nasabah mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap Loyalitas Nasabah teruji kebenarannya pada Bank Panin di Surabaya.

Pengaruh Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi oleh Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan bahwa pengaruh Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi oleh Kepuasan Nasabah tidak signifikan. Hal ini dilihat dari pengaruh lima dimensi Kualitas Pelayanan ada 3 pengaruh variabel yang mempunyai pengaruh tidak signifikan pada Kepuasan Nasabah, sedangkan 2 pengaruh variabel lain berpengaruh signifikan pada Kepuasan Nasabah. Pada pengaruh variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan hasil tersebut pengaruh tidak langsung Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah tidak terjadi hubungan mediasi. Terdapat hasil R^2 sebesar 0,67 atau 67% yang artinya bahwa Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik memiliki kontribusi pengaruh sebesar 67% terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 43% dipengaruhi oleh variabel lain.

Dengan demikian hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi oleh

Kepuasan Nasabah tidak teruji kebenarannya pada Bank Panin di Surabaya.

**KESIMPULAN,
KETERBATASAN, DAN SARAN**

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah variabel Keandalan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Panin di Surabaya dengan nilai signifikan sebesar 0,268 lebih besar dari 0,05. Pada variabel Daya Tanggap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, selain itu variabel Jaminan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikan 0,869 lebih besar dari 0,05. Variabel Empati mempunyai pengaruh yang signifikan pada Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, sedangkan pada variabel Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang tidak signifikan pada Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikan sebesar 0,204 lebih besar dari 0,05. Pada variabel Kepuasan Nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sedangkan pengaruh Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi oleh Kepuasan Nasabah tidak terjadi hubungan mediasi.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yaitu adanya kendala yang bersifat situasional, dimana responden terkadang kurang

merespon dalam mengisi kuesioner sehingga akan mempengaruhi jawaban responden dan sulitnya mendapatkan nasabah yang mau menyediakan waktunya untuk mengisi kuesioner.

Berdasarkan pada hasil dan keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan kepada Bank Panin di Surabaya yaitu diharapkan pihak Bank Panin dapat menjaga dan meningkatkan Kualitas Layanan yang diberikan untuk menciptakan Kepuasan Nasabah yang baik. Selain itu Bank Panin harus lebih banyak membuat program loyalitas nasabah tetap terjaga, hal ini dapat dilakukan dengan memberikan penghargaan bagi nasabah yang sudah lama menjadi nasabah Bank Panin.

Saran bagi peneliti selanjutnya adalah agar tidak hanya menggunakan variabel yang telah digunakan, dapat menambah dan memperbaiki instrumen penelitian seperti menambah jumlah item indikator pernyataan dan menambah jumlah variabel. Selain itu, untuk hasil yang lebih baik disarankan peneliti selanjutnya tidak hanya menggunakan data kuesioner saja, tetapi juga menggunakan data wawancara agar hasil yang didapat lebih akurat.

DAFTAR RUJUKAN

Awan, Hayat Muhammad, Khuram Shahzad Bukhari dan Anam Iqbal. 2011. Service quality and customer satisfaction in the banking sector; A comparative study of conventional and Islamic banks in Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*. Vol 2: 203-224.

Dibyantoro, Alhushori, Rini Gustriani. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Tabungan BTN Batara. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*. Vol. 2 No. 3.

Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI.

Ganguli, Shirshendu dan Sanjit Kumar Roy. 2010. Generic Technology-Based Service Quality Dimensions In Banking ; Impact On Customer Satisfaction And Loyalty. *International Journal of Bank Marketing*. Vol 29: 168-189.

Imam Gozhali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang :Universitas Diponegoro.

Juliansyah Noor. 2013. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana.

Kaura, Vinita. 2013. Antecedents Of Customer Satisfaction: A Study Of Indian Public And Private Sector Banks. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 31. No. 3. p. 167-186.

Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

- Mengi, Pooja. 2009. Customer Satisfaction with Service Quality : An Empirical Study of Public and Private Sector Bank. *The IUP Journal of Management Research*.
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : PT. Erlangga.
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sriwidodo, Untung dan Rully Tri Indriastuti. 2010. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*. Vol. 10, No. 2: 164-173.