

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA BANK BNISYARIAH SEMARANG

Anzal Huda Khoiri¹, Adityawarman²
^{1,2}Universitas Diponegoro, Indonesia
Email: anzalhuda@students.undip.ac.id

Abstract

Business competition faced by Bank BNI Syariah in Semarang is very tight. With the increasing number of competitors, Bank BNI Syariah should increase loyalty level of its customers. This study aims to determine the impact of service quality and complaint handling on customer satisfaction and customer loyalty. Sample used in this research is 105 respondents, taken from customers of BNI Syariah in Semarang. Data were collected through questionnaire and distributed by google form. Data that have been gathered then were processed using SPSS 23. Data analysis techniques used in this study are descriptive analysis and path analysis. The results of this study show that service quality and complaint handling have a positive and significant impact on customer satisfaction partially and simultaneously. Customer satisfaction has a positive and significant impact on customer loyalty. Based on path analysis, service quality and complaint handling do not have a direct impact on customer loyalty.

Keywords: *service quality, complaint handling, customer satisfaction, customer loyalty, Bank BNI Syariah.*

PENDAHULUAN

Dalam upaya peningkatan keunggulan dalam ketatnya persaingan di industri perbankan, tiap bank hendaklah sanggup membuat sesuatu strategi yang bisa meningkatkan produktivitas serta peningkatan kualitas jasa yang diharapkan. Produktivitas serta kualitas jadi aspek yang sangat berarti sebab dapat menggambarkan efisiensi kinerja dari industri jasa tersebut. Kinerja efisien dari industri tersebut meliputi kinerja keuangan serta kinerja operasional. Kinerja keuangan dilihat dari aliran dana, sebaliknya kinerja operasional dilihat dari proses yang sebetulnya berkaitan dengan pelayanan konsumen.

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis yang dihadapi Bank Syariah karena makin bertambahnya jumlah maupun aset bank menyebabkan perbankan Syariah harus meningkatkan tingkat loyalitas para nasabahnya. Bank adalah bentuk perusahaan yang berorientasi pada kepercayaan nasabah. Kepercayaan ini

menyangkut kredibilitas bank dimata nasabah. Oleh karena itu bank syariah yang ingin tetap bertahan perlu malakukan pengembangan strategi pemasaran, untuk mempertahankan nasabah sekaligus meningkatkan loyalitas terhadap bank syariah. Sejumlah bank syariah yang ada di Kota Semarang salah satunya adalah Bank BNI Syariah. Bank BNI Syariah didirikan berdasarkan visi menjadi Bank Syariah yang unggul dalam layanan dan kinerja dengan kaidah sehingga Insya Allah membawa berkah. Bank BNI Syariah menjadi salah satu bank yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkan kepada masyarakat dengan harapan meningkatkan taraf hidup masyarakat yang lain.

Tujuan strategi pemasaran adalah untuk membentuk dan menyempurnakan bisnis serta produk perusahaan untuk memenuhi target laba dan pertumbuhan. Hal ini menjadi acuan karena menurut hasil penelitian Reicheld dan Sasser dalam Kotler & Susanto (2001) menunjukkan bahwa setiap peningkatan 5% pada kesetiaan nasabah dapat meningkatkan keuntungan sebesar 25% - 85% dan peningkatan kesetiaan sebesar 2% akan dapat menurunkan biaya sebesar 10%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh tingkat loyalitas pelanggannya. Sehingga penelitian ini berfokus pada determinan apa saja yang mampu mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan studi kasus pada bank BNI Syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Penanganan Keluhan

Penanganan keluhan berarti merupakan perwujudan strategi dan taktik perusahaan (bank) dalam menghadapi keunggulan strategi dan taktik pesaing. Penanganan keluhan dapat dijadikan instrument penting dalam mengendalikan konflik antara perusahaan dengan nasabah akan ketidakpuasan.

Kepuasan Nasabah

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas dapat diartikan sebagai sebuah konsep yang menekankan pada runtutan pembelian. Loyalitas pelanggan dapat terbentuk oleh banyak faktor seperti adanya ikatan keluarga, teman dekat, tetangga, harga yang lebih murah daripadamerek yang lain serta pelayanan dan kenyamanan yang memuaskan.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mempelajari dan mengambil informasi dari berbagai referensi seperti buku, penelitian terdahulu, internet dan sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian guna mendapatkan landasan teori.

Kuesioner

Metode pengumpulan data yang digunakan selain studi pustaka adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner yang digunakan peneliti menggunakan metode kuesioner tertutup. Daftar pernyataan yang diajukan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Responden yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang.

Analisis Jalur

Analisis jalur atau path analysis di gunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat, yang bertujuan menerangkan pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel. Analisis jalur adalah bagian dari suatu model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisa hubungan sebab akibat antara beberapa variabel. Analisis jalur dapat digunakan dengan korelasi, regresi, dan jalur sehingga diketahui untuk sampai variabel intervening.

Model analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen).

Uji Sobel

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (Sobel test). Sobel test adalah uji untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variabel mediasi dapat secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan antar variabel tersebut. Dimana Sobel test menggunakan uji z dengan rumus sebagai berikut:

$$Sp_2p_3 = \sqrt{P_3^2 Sp_2^2 + P_2^2 Sp_3^2 + Sp_2^2 Sp_3^2}$$

Keterangan :

P3: Koefisien variabel mediasi (intervening) P2 : Koefisien variabel bebas

Sp2 : Standar error koefisien I

Sp3 : Standar error koefisien 2

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini adalah nasabah yang pernah menabung dan menggunakan produk dari Bank BNI Syariah. Sesuai dengan metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode purposive sampling. Metode ini digunakan karena terdapat kriteria yang diajukan untuk menjadi responden yaitu yang pernah menabung dan menggunakan produk dari Bank BNI

Syariah. Berdasarkan data yang diperoleh dari 105 responden yang telah sesuai dengan kriteria, berikut merupakan tinjauan mengenai karakteristik responden yang dinyatakan dalam bentuk tabulasi identitas responden. Identitas responden yang dibahas meliputi usia, pendidikan dan pendapatan per bulan responden.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Analisis deskriptif memiliki tujuan yaitu untuk membuat sebuah gambaran atau deskripsi dari hasil jawaban responden yang berasal dari setiap pertanyaan.

Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah suatu proses pengolahan data dengan menggunakan angka dan perhitungan statistik. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tahapan analisis kuantitatif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Validitas

Hasil pengujian validitas seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel 0,197 (nilai r tabel untuk $n=100$). Dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana data yang digunakan reliabel atau dapat dipercaya ketika instrumen tersebut diukur secara terus menerus dan menghasilkan hasil yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien Alpha lebih besar dari Standard Alpha yaitu 0,6. Hasilnya bahwa seluruh variabel memiliki koefisien Alpha lebih besar dari Standard Alpha. Dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Asumsi Klasik

Deteksi asumsi klasik diperlukan sebelum melakukan uji regresi linier berganda dengan mendeteksi adanya penyimpangan terhadap ketidaknormalan data. Deteksi ini dilakukan untuk mendapatkan model analisis yang tepat.

Deteksi multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat interkorelasi antar variabel independen. Gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) yang tinggi dan nilai Tolerance pada variabel-variabel independen suatu model regresi. Coefficients pada hasil output SPSS di atas diperoleh nilai VIF (Kualitas Pelayanan) = 1,943 dimana nilai $VIF = 1,943 < 10$, nilai VIF (Penanganan Keluhan) = 1,491 dimana nilai $VIF = 1,491 < 10$, serta diperoleh nilai VIF (Kepuasan Nasabah) = 1,875 dimana nilai $VIF = 1,875 < 10$ maka pada taraf signifikansi 5% tidak terjadi multikolinieritas.

Analisis Jalur

Teknik pengolahan data selanjutnya dalam menyelesaikan penelitian ini adalah dengan menggunakan Analisis Jalur (Path Analysis), analisis jalur ini mempunyai fungsi untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung sekumpulan variabel. Pengolahan data penelitian dapat dilakukan setelah persyaratan-persyaratan deteksi pelanggaran asumsi klasik tidak terjadi. Pengolahan data dengan menggunakan program SPSS Statistics 23.

$$\text{Struktur Model I } Y_1 = \rho_{y1x1}X_1 + \rho_{y1x2}X_2 + \rho_{y1}\epsilon_1$$

$$\text{Struktur Model II } Y_2 = \rho_{y2x1}X_1 + \rho_{y2x2}X_2 + \rho_{y2y1}Y_1 + \rho_{y2}\epsilon_2$$

Analisis Jalur Struktur Model I

Berdasarkan tabel Coefficient output SPSS, diperoleh keputusan bahwa nilai sig (Kualitas Pelayanan) = 0,000 dan nilai sig(Penanganan Keluhan) = 0,011. Dimana nilai sig = 0,000 < $\alpha = 5\%$ dan nilai sig = 0,011 < $\alpha = 5\%$ menunjukkan bahwa H_0 diterima. Artinya, pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ Kualitas Pelayanan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan Penanganan Keluhan signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

Untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi dengan ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) antara 0 dan 1. nilai $R^2 = 0.467$ yang artinya Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan sebesar 46,7% dan sisanya sebesar 53,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Analisis Jalur Struktur Model II

Berdasarkan Tabel Coefficient output SPSS, diperoleh keputusan bahwa nilai sig (Kualitas Pelayanan) = 0,013, nilai sig (Penanganan Keluhan) = 0,022 dan nilai sig (Kepuasan Nasabah) = 0,000. Dimana nilai sig $X_1 = 0,013 < \alpha = 5\%$, nilai sig $X_2 = 0,022 > \alpha = 5\%$, dan nilai sig $X_3 = 0,000 < \alpha = 5\%$ menunjukkan bahwa H_0 diterima untuk variabel X_2 (Penanganan Keluhan), dan H_0 untuk variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y_1 (Kepuasan Nasabah). Artinya, pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan dan Kepuasan Nasabah signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

Untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi dengan ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) antara 0 dan 1. nilai $R^2 = 0,504$ yang artinya Loyalitas Nasabah 50,4% dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan dan Kepuasan Nasabah dan 49,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Koefisien Jalur Model I

Mengacu pada output Regresi pada bagian tabel Coefficients dapat diketahui bahwa nilai sig X_1 (Kualitas Pelayanan) = 0,000 dan nilai sig X_2 (Penanganan Keluhan) = 0,011. Dimana nilai sig $X_1 = 0,000 < \alpha = 5\%$ dan nilai sig $X_2 = 0,011 < \alpha = 5\%$ menunjukkan bahwa H_0 diterima. Artinya, pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ Kualitas Pelayanan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan Penanganan Keluhan signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Berdasarkan hasil output di atas diperoleh nilai $R^2 = 0.467$ yang artinya Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan 46,7% dan

sisanya sebesar 53,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara itu, untuk nilai e1 dapat dicari dengan rumus $e1 = \sqrt{1-0,467} = 0,730$.

Koefisien Jalur Model II

Berdasarkan Tabel Coefficient output SPSS, diperoleh keputusan bahwa nilai sig X1 (Kualitas Pelayanan) = 0,013, nilai sigX2(Penanganan Keluhan) = 0,022 dan nilai sig Y1 (Kepuasan Nasabah) = 0,000. Dimana nilai sig X1= 0,013 < $\alpha = 5\%$, nilai sig X2=0,022 < $\alpha = 5\%$, dan nilai sigY1=0,000 < $\alpha = 5\%$. Artinya, pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan, dan Kepuasan Nasabah signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

Besarnya nilai R2 atau R Square yang terdapat pada tabel Model Summary adalah sebesar 0.501, Berdasarkan hasil output diatas diperoleh nilai R2= 0,504 yang artinya Loyalitas Nasabah 50,4% dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan, Penanganan Keluhan dan Kepuasan Nasabah sedangkan 49,6% dipengaruhi oleh kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara itu, untuk nilai e1 dapat dicari dengan rumus $e1 = \sqrt{1-0.504} = 0,7042$.

Uji Sobel

Dalam uji sobel menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Sp2p3 = \sqrt{P32Sp22+ P22SP32+Sp22SP32}$$

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah.

Pengaruh Mediasi melalui Sobel Test

$$Sp2p3 = \sqrt{P32Sp22+ P22SP32+Sp22SP32}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(0.368)^2(0.019)^2 + (0.538)^2(0.146)^2 + (0.019)^2(0.146)^2}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{0.000048 + 0.0006168 + 0.000000769}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{0.0001173}$$

$$Sp2p3 = 0.01088$$

Berdasarkan $sp2p3$ dapat menghitung nilai t statistik pengalih mediasi sebesar 18.189.

Oleh karena itu t hitung = 18.189 lebih besar dari t tabel, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh mediasi. Maka hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Pengaruh Mediasi melalui Sobel Test

$$Sp2p3 = \sqrt{P32Sp22+ P22SP32+Sp22SP32}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(0.202)^2(0.086)^2 + (0.222)^2(0.146)^2 + (0.086)^2(0.146)^2}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{0.04819 + 0.0705 + 0.0287}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{0.7818}$$

$$Sp2p3 = 0.88424$$

Berdasarkan $sp2p3$ dapat menghitung nilai t statistik pengalihan mediasi dengan hasil sebesar 0.09239

Oleh karena itu t hitung = 0.09239 lebih kecil dari t tabel, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh mediasi. Maka hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung penanganan keluhan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah tidak melalui kepuasan. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan tidak dapat memediasi penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah.

Pembahasan

Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan, penanganan keluhan, dan loyalitas nasabah menjadi variabel-variabel yang baik dibuktikan dengan nilai tanggapan responden terhadap masing-masing variabel tinggi. Persamaan regresi variabel independen terhadap variabel dependen yang dihasilkan terbagi menjadi dua model yang dijelaskan sebagai berikut:

Model Persamaan I

$$Y1 = 0,538X1 + 0,222X$$

Persamaan di atas menghasilkan:

Kualitas pelayanan ($X1$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ($Y1$) sebesar 0,538 $X1$. Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Kota Semarang.

Penanganan keluhan ($X2$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ($Y1$) sebesar 0,222 $X2$. Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa variabel penanganan keluhan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang

Model Persamaan II

$$Y2 = 0,250 X1 + 0,202 X2 + 0,368 Y1$$

Persamaan di atas menghasilkan:

Kualitas pelayanan ($X1$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah ($Y2$) sebesar 0,250 $X1$. Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah Kota Semarang.

Penanganan keluhan ($X2$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah ($Y2$) sebesar 0,202 $X2$. Hasil penelitian mendukung hipotesis keempat bahwa variabel penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang.

Kepuasan nasabah ($Y1$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah ($Y2$) sebesar 0,368 $X2$. Hasil penelitian mendukung hipotesis keempat

bahwa variabel kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah: dari analisis di atas diperoleh nilai signifikansi Kualitas Pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai standardized coefficient beta sebesar 0.538, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Pelayanan (service) menurut Kotler adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Nasabah akan memperhatikan pada pelayanan yang diberikan oleh bank, karena antara satu bank dengan bank yang lain menawarkan produk dan jasa yang hampir serupa, seperti tabungan maupun pinjaman. Kunci perbedaan antara satu bank dengan yang lain adalah bagaimana kecepatan dan efisiensi pelayanan yang diberikan sebagai salah satu keunggulan kompetitif. Pelayanan yang diberikan oleh suatu bank sangat berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih suatu bank.

Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah

Analisis pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Nasabah: dari analisis di atas diperoleh nilai signifikansi Penanganan Keluhan sebesar $0,011 < 0,05$. Sedangkan nilai standardized coefficient beta sebesar 0.222. Hal ini dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah.

Bank harus memberikan penanganan keluhan sebaik mungkin kepada setiap nasabah yang melakukan keluhan sehingga nasabah merasa puas terhadap bank tersebut. Dengan adanya penanganan keluhan yang bersifat adil terhadap setiap nasabah tanpa membedakan, akan menghasilkan kepercayaan dan komitmen dari nasabah sehingga nasabah tersebut akan menjadi nasabah yang setia dan tidak ingin berpindah ke bank lain. Begitu pula sebaliknya apabila bank tidak memberikan penanganan keluhan yang sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah sehingga nasabah merasa tidak puas, maka nasabah akan dengan mudahnya berpindah ke bank lain yang dianggapnya dapat memberikan penanganan keluhan yang sesuai dengan keinginannya.

Suatu perusahaan yang melakukan penanganan dapat mengubah konsumen yang mengeluh menjadi konsumen yang merasa puas dan setia dalam menggunakan jasa layanan perusahaan. Kepuasan dirasakan langsung oleh konsumen melalui penanganan yang cepat dan tepat atau keluhan-keluhan yang mereka kemukakan.

Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Analisis pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah: dari analisa diperoleh nilai signifikansi Kepuasan Nasabah sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai standardized coefficient beta sebesar 0.368, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, akan semakin tinggi pula kesetiaan pelanggan, yang nantinya akan menghasilkan

kinerja perusahaan yang lebih baik loyalitas nasabah sebuah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko, atau pemasok berdasarkan sifat yang positif dalam pembelian jangka panjang. Indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah: dari analisis di atas diperoleh nilai signifikansi Kualitas Pelayanan sebesar $0,013 < 0,05$. Sedangkan nilai standardized coefficient beta sebesar 0.250, sehingga dapat disimpulkan bahwa bahwasecara langsung terdapat pengaruh signifikan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.

Kualitas pelayanan menilai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan/nasabah dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta dapat mempengaruhi dari loyalitas pelanggan/nasabah pada Bank BNI Syariah.

Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan yang baik maka dapat menimbulkan suatu loyalitas nasabah, dan berkemungkinan besar menarik nasabah baru. Nasabah yang telah loyal pada suatu produk jasa juga dapat diartikan nasabah tersebut merasa terpuaskan kebutuhannya sehingga melakukan transaksi lebih dari sekali dan akan secara berkelanjutan dalam menggunakan jasa perbankan untuk waktu yang akan datang

Konsep Islam juga mengajarkan jika dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa jasa atau barang jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan memberikan memberikan pelayanan yang berkualitas.

Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah

Analisis pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah: dari analisis di atas diperoleh nilai signifikansi Penanganan Keluhan sebesar $0,022 < 0,05$. Sedangkan nilai standardized coefficient beta sebesar 0.202, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.

Dalam variabel penanganan keluhan indikator yang memiliki faktor yang dominan adalah kemudahan dalam pengajuan keluhan, sehingga dengan mudahnya pengajuan keluhan akan meningkatkan penanganan keluhan.

Terjadinya keluhan atau complain dari nasabah, Bank tidak bisa semata-mata menyalahkan nasabah seluruhnya dikarenakan complain terjadi karena faktor eksternal maupun internal dan Complain (keluhan) dapat muncul juga karena berkaitan dengan berbagai keadaan keadilan, seperti procedural, interaksional dan distribusi yang dirasakan nasabah itu sendiri.

KESIMPULAN

Studi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, yang dilakukan pada nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang. Beberapa hasil menunjukkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan nasabah Bank BNI Syariah. Indikator yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah tangible (bukti langsung) dan responsiveness (daya tanggap).
2. Penanganan keluhan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan penanganan akan meningkatkan kepuasan nasabah Bank BNI Syariah. Indikator yang memiliki pengaruh dominan berdasarkan uji validitas dalam penanganan keluhan berdasarkan uji validitas adalah kemudahan dalam pengajuan keluhan.
3. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung positif terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas nasabah Bank BNI Syariah.
4. Penanganan keluhan memiliki pengaruh langsung positif terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan penanganan keluhan akan meningkatkan loyalitas nasabah Bank BNI Syariah.
5. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kepuasan nasabah akan meningkatkan loyalitas nasabah Bank BNI Syariah. Indikator yang memiliki pengaruh dominan berdasarkan uji validitas dalam kepuasan nasabah berdasarkan uji validitas adalah kepuasan fasilitas

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. T. (2005). *Dinamika pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Antonio, M. S. i. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*: Gema Insani.
- Artanti, Y., & Ningsih, L. J. B. J. M. d. B. (2011). Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Perantara (Studi pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya). 14(2), 71-85.
- Bloemer, J., & De Ruyter, K. J. E. J. o. m. (1998). On the relationship between store image, store satisfaction and store loyalty.
- Budiarti, A. J. E. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Surabaya. 15(2), 210-231.
- Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas pelanggan: Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 14(3).



- Fauzi, A. A., & Suryani, T. (2019). Measuring the effects of service quality by using CARTER model towards customer satisfaction, trust and loyalty in Indonesian Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*.
- Fornell, C., & Wernerfelt, B. J. J. o. M. r. (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management: a theoretical analysis. 24(4), 337-346.
- Griffin, J., & Herres, R. T. (2002). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it: Jossey-Bass San Francisco, CA*.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran pemasaran & loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 1 edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Susanto, A. (2001). *Manajemen pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Antonio, M. S. i. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik: Gema Insani*.
- Artanti, Y., & Ningsih, L. J. B. J. M. d. B. (2011). Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Perantara (Studi pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya). 14(2), 71-85.
- Bloemer, J., & De Ruyter, K. J. E. J. o. m. (1998). On the relationship between store image, store satisfaction and store loyalty.
- Budiarti, A. J. E. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Surabaya. 15(2), 210-231.
- Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas pelanggan: Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 14(3).
- Fauzi, A. A., & Suryani, T. (2019). Measuring the effects of service quality by using CARTER model towards customer satisfaction, trust and loyalty in Indonesian Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*.
- Fornell, C., & Wernerfelt, B. J. J. o. M. r. (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management: a theoretical analysis. 24(4), 337-346.
- Griffin, J., & Herres, R. T. (2002). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it: Jossey-Bass San Francisco, CA*.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran pemasaran & loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 1 edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Susanto, A. (2001). *Manajemen pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Krismanto, A. (2009). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah"(Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura). program Pascasarjana Universitas Diponegoro,
- Kusumawardhani, N. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain, kualitas produk, dan tingkat margin terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan murabahah. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
- LeBlanc, G., & Nguyen, N. J. I. J. o. B. M. (1988). Customers' perceptions of service quality in financial institutions.
- Lestari, A. D. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banyumanik Semarang. IAIN Walisongo,
- Mittal, V., Huppertz, J. W., & Khare, A. J. J. o. r. (2008). Customer complaining: the role of tie strength and information control. 84(2), 195-204.
- Muhamad. (2008). Metodologi penelitian ekonomi Islam: pendekatan kuantitatif: dilengkapi dengan contoh-contoh aplikasi: proposal penelitian dan laporannya: Rajawali Pers.
- Riduwan, E. A. K., & Kuncoro, A. J. B. A. (2012). Cara menggunakan dan memaknai path analysis (analisis jalur).
- Salay, V. J. K. I. M. M. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Cabang Kertajaya Di Surabaya. 2(1).
- Sekaran, U. J. J. S. E. (2014). *Research Method for Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis Jilid 1*.
- Setiawan, M. B. J. J. B. d. E. (2007). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (studi pada pd. bpr bank pasar kendal). 14(2).
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitabel*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, D. (2008). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sugiyono, D. (2014). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. J. A. O. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: CV.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2008). *Metodologi penelitian sosial: Bumi Aksara*.
- Widiyanto, I. J. S. B. U. (2008). *Pointers: metodologi penelitian*. 126.



- Wijayanti, N. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia TBK. In: Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri.
- Yudiana, F. E., & Setyono, J. (2016). Analisis Corporate Social Responsibility, Loyalitas Nasabah, Corporate Image dan Kepuasan Nasabah pada Perbankan Syariah. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10(1), 93-114.