Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga)

Endah Kurniyawati¹, Fernaldi Anggadha Ratno²

Institut Agama Islam Negeri Salatiga

Email: endah.kurniya@gmail.com¹, anggadharatno@iainsalatiga.ac.id²

Abstract : *The purpose of this study was to determine the effect of Quality of Service (X1) and Complaint Handling (X2) to Customer Loyalty (Y) with Satisfaction (Z) as an intervening variable. This study uses quantitative methods because it aims to confirm the data obtained in the field with existing theories. Samples were obtained as many as 100 respondents of BPRS Suriyah Salatiga with accidental sampling technique. The data used in this study are primary data with a questionnaire. Data analysis used statistical tests through t_{test} test, f test, coefficient of determination (R^2), instrument test, classical assumption test and Path Analysis test with the help of SPSS version 20. The result of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, complaint handling has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, complaint handling has a positive and significant effect on customer loyalty, satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, satisfaction mediates service quality to customer loyalty, and satisfaction mediates complaint handling to customer loyalty.*

Keywords : *Service Quality; Complaint Handling; Satisfaction; Customer Loyalty*

Abstrak : Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena bertujuan untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan di lapangan dengan teori yang ada. Sampel diperoleh sebanyak 100 responden nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga dengan teknik accidental sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dari responden dengan cara pengisian kuesioner. Analisis data menggunakan uji statistik melalui uji t_{test} , uji f , koefisien determinasi (R^2), uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji Path Analysis dengan bantuan SPSS versi 23. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan memediasi kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Penanganan Keluhan; Kepuasan; Loyalitas Pelanggan

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia sangat pesat dinamis dan modern, baik dari segi ragam produk perbankan serta kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki. Perubahan ini mengharuskan bank mengembangkan strategi pertahanan untuk menghindari kehilangan nasabah. Loyalitas konsumen merupakan tujuan utama para perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan konsumen sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. Loyalitas konsumen adalah sikap positif terhadap perusahaan, komitmen yang mempunyai alat untuk meneruskan pembelian di masa datang, hal ini dapat berlangsung dalam jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokan yang akan memutuskan ikatan kuat antara konsumen dan perusahaan¹. Untuk membentuk kepuasan dan loyalitas nasabah, maka perbankan juga perlu memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah.

¹ Sadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran-Semarang" (UNDIP, 2009).

Kualitas layanan adalah kualitas sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuan untuk memuaskan yang dinyatakan atau tersirat.²

Perusahaan yang mampu menangani keluhan konsumen dapat membuat konsumen menjadi konsumen yang setia dengan bersifat adil sehingga menghasilkan kepercayaan dan komitmen.³ Sebuah perusahaan yang menanggapi keluhan-keluhan dengan baik sebenarnya memperluas kesempatan kedua untuk memuaskan konsumennya.⁴

Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah yang diteliti oleh Gede Benny Subawa dan Eka Sulistyawati menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.⁵ Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Ria Octavia yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah.⁶ Dalam penelitian Totok Ismawanto,dkk menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.⁷ Sedangkan hasil penelitian Rangan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁸ Penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah yang diteliti oleh Berliantina Rosita dan Sigit Indrawijaya menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.⁹ Hal ini bertentangan dengan penelitian dari Fitri Ningtyas yang menunjukkan bahwa penanganan keluhan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹⁰

Selanjutnya dalam penelitian Ismanik yang menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹¹ Kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah yang diteliti oleh I Dewa Agung Gede Adi Utama dan Anak Agung Gede Agung Artha Kusuma menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.¹² Hal ini bertentangan dengan penelitian yang

² Mohamad Dimyati, *Pendekatan Hayati : Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis, The Hayati Approach : A Marketing Strategy for Dynamic Competition* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018).

³ Anindhya Budiarti, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Surabaya," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 15, no. 2 (2017): 210. h. 212

⁴ Sentot Imam Wahjono, *Perilaku Organisasi Sentot Imam Wahjono. Edisi Pertama*, 1st ed. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010).

⁵ Gede Beny Subawa and Eka Sulistyawati, "Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi," *E-Jurnal Manajemen* Vol.9 (2020): 718–736.

⁶ Ria Octavia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung," *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.13 (2019): 35–39.

⁷ Totok Ismawanto, R Gunawan Setianegara, and Safirda Rahmani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Fronliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero).Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan," *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan* Vol.16 (2020): 1–11.

⁸ Febry Vanesa Luciana Rangan, "Analisis Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara," *Jurnal Riset dan Manajemen* Vol.3 (2015): 286–299.

⁹ Berliantina Rosita and Sigit Indrawijaya, "Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah," *Digest Marketing* Vol.1 (2015): 1–7.

¹⁰ Fitri Ningtyas, "Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya," *Jurnal of Bussiness and Banking* Vol.1 (2011). h. 13

¹¹ Andre Ismanik, "Analisis Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Citra Bank Dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening," *Artikel* (2015). h. 65

¹² I Dewa Agung Gede Adi Utama and Anak Agung Gede Agung Artha Kusuma, "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan," *E-Jurnal Manajemen* Vol.8 (2019): 6468–6487.

dilakukan oleh Rangan yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Novandy dan Rastini menunjukkan bahwa kepuasan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas.¹⁴ Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irnandha yang menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan.¹⁵

Objek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Alasan penulis meneliti di BPRS Suriyah Cabang Salatiga karena terjadi sebuah masalah yaitu nasabah yang menabung di BPRS Suriyah Cabang Salatiga mengalami penurunan, sedangkan nasabah yang menutup tabungan mereka di BPRS Suriyah Cabang Salatiga justru mengalami peningkatan. Berikut merupakan tabel jumlah nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga dari tahun 2017-2019 :

Tabel 1. Data Jumlah Nasabah 2017-2019

Jenis Produk	2017	2018	2019
Tabungan	313	456	446
Pembiayaan	208	307	327
Total Nasabah	521	1284	2057
Kenaikan	-	763	773

Sumber : BPRS Suriyah Cabang Salatiga

Tabel 1 menunjukkan pertumbuhan jumlah nasabah yang menabung di BPRS Suriyah Cabang Salatiga dari tahun 2017-2019. Jumlah nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga sebanyak 2057 nasabah yang terdiri dari 1215 nasabah tabungan dan 842 nasabah pembiayaan. Seperti yang terlihat pada tabel bahwa jumlah nasabah mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Nasabah tabungan pada tahun 2017 sebanyak 313 nasabah, kemudian pada tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 456 nasabah. Namun pada tahun 2019 nasabah produk tabungan mengalami penurunan sebanyak 10 nasabah menjadi 446 nasabah. Sedangkan untuk nasabah pembiayaan mengalami peningkatan dari tahun 2017 sebanyak 208 nasabah, pada tahun 2018 sebanyak 307 nasabah dan pada tahun 2019 sebanyak 327 nasabah.

Namun, keadaan tersebut juga dibarengi dengan perubahan jumlah nasabah yang menutup rekening simpanan di BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Untuk mendukung pernyataan tersebut, didapat data jumlah nasabah yang menutup rekening simpanannya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tabel 2. Data Penutupan Rekening 2017-2019

Jenis Produk	2017	2018	2019
--------------	------	------	------

¹³ Rangan, "Analisis Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara." h. 202

¹⁴ Marcellus Ivan Novandy and Ni Made Rastini, "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : Usaha Ekspedisi Tiki Di Kota Denpasar)," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7, no. 1 (2017): 412.

¹⁵ Irnandha Aris and Agung Utama, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat," *Jurnal of Business and Management Sciences* 5, no. 6 (2016): 2928–2938.

Tabungan	1	2	8
Total Nasabah	1	3	11
Kenaikan	-	1	6

Sumber : BPRS Suriyah Cabang Salatiga

Tabel 2 menunjukkan jumlah nasabah yang menutup rekening baik secara langsung maupun tidak langsung dengan pihak BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Berdasarkan tabel yang didapat, jumlah nasabah yang menutup rekening mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017 jumlah nasabah yang menutup rekening sebanyak 1 nasabah, pada tahun 2018 sebanyak 2 nasabah, dan pada tahun 2019 sebanyak 8 nasabah. Jadi jika dikaitkan dengan nasabah yang membuka tabungan di BPRS Suriyah dengan nasabah yang menutup rekeningnya, pada tahun 2019 nasabah yang membuka rekening tabungan mengalami penurunan sebanyak 10 nasabah, sedangkan nasabah yang menutup rekeningnya justru mengalami peningkatan sebanyak 6 orang. Hal ini terjadi karena beberapa faktor kemungkinan, salah satunya adalah BPRS Suriyah Cabang Salatiga belum mampu memberikan layanan terbaik atau memberikan kepuasan terbaiknya kepada nasabah, karena nasabah merasa belum mendapatkan nilai lebih selama menabung sehingga nasabah tidak merekomendasikan kepada orang lain.

Melihat fenomena ini, maka BPRS Suriyah Cabang Salatiga harus meningkatkan dan mengembangkan strategi dengan mengkaji dan memahami apa saja faktor pendukung yang dapat mendongkrak kesetiaan seorang nasabah. Agar keadaan seperti ini tidak terulang di masa mendatang. Sehingga perusahaan tidak hanya mampu mempertahankan nasabah yang telah ada bahkan terus menarik nasabah baru. Satu-satunya nilai yang diciptakan perusahaan adalah nilai pelanggan. Suatu bisnis dikatakan sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan.

Di samping itu BPRS Suriyah seharusnya lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah merasakan kepuasan, nasabah yang merasakan kepuasan akan tercipta loyalitas dan memungkinkan untuk merekomendasikan BPRS Suriyah Cabang Salatiga ini kepada orang lain, sehingga nasabah yang menabung di BPRS Suriyah akan bertambah dari tahun ke tahun. BPRS Suriyah Cabang Salatiga juga perlu menangani keluhan nasabah agar nasabah memiliki loyalitas yang tinggi. Dalam rangka mempertahankan loyalitas nasabah, pihak bank melakukan berbagai upaya, seperti membuat program-program loyalitas dengan menerapkan pelayanan (*service*) pada bank. Penerapan *service* salah satunya dapat dilakukan dengan cara menangani *complain*/keluhan dengan baik. Keluhan itu sendiri terjadi akibat adanya ketidakpuasan dalam pemberian layanan yang dilakukan oleh bank. Apabila hal tersebut tidak ditindaklanjuti, kemungkinan nasabah yang *complain* beralih ke bank lain dan cenderung menyampaikan rumor negatif kepada orang lain.

B. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data yang terukur, menggunakan metode (alat uji) statistik untuk penghitungan data yang akan menghasilkan suatu kesimpulan.

Data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung

dengan objek penelitian, data tersebut kemudian dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.¹⁶ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga.

2. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga sebanyak 2057 nasabah. Sampel adalah objek atau subjek penelitian yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari populasi¹⁷. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga.

Dalam praktiknya, penulis akan membagikan sebanyak 100 kuesioner karena penulis ingin mengantisipasi apabila terdapat kuesioner yang cacat dalam pengisiannya.

3. Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen (Bebas). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X1) dan Penanganan Keluhan (X2). Kemudian variabel dependen (Terikat). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah (Y). Kemudian variabel *intervening*. Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah Kepuasan (Z).

4. Instrumen Penelitian

Analisis data menggunakan uji statistik melalui uji t_{test} , uji f , koefisien determinasi (R^2), uji instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji normalitas dan uji linearitas, dan uji *Path Analysis* dengan bantuan SPSS versi 23.

5. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis penelitian ini adalah H_1 : Diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. H_2 : Diduga penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. H_3 : Diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. H_4 : Diduga penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. H_5 : Diduga kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. H_6 : Diduga kepuasan memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Dan H_7 : Diduga kepuasan nasabah memediasi penanganan keluhan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan¹⁸. Dimensi kualitas layanan¹⁹ yaitu *tangible* (Bukti Langsung) merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan

¹⁶ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

¹⁷ Anton Bawono, *Multivariabel Analisis Dengan SPSS* (Salatiga: STAIN : Salatiga Press, 2006).

¹⁸ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik* (Jakarta : Salemba Empat, 2001).

¹⁹ Zeithml Parasuraman, A., V.A. and L.L., Berry, A., "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality," *Jurnal of Retailing* (1998): 64.

lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, misalnya fasilitas fisik (gedung, ruang tunggu, tempat parkir), perlengkapan, peralatan yang digunakan serta para pegawainya. *Reliability* (Kehandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan pada pelanggan. *Responsiveness* (Daya Tanggap) merupakan suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas atau tidak membiarkan pelanggan menunggu terlalu lama tanpa adanya kejelasan dan memberikan penyelesaian terhadap masalah pelanggan dengan cepat sesuai apa yang dijanjikan. *Assurance* (Jaminan) merupakan pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan pada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain: komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. *Emphaty* (Perhatian) merupakan memberikan perhatian yang tulus yaitu bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya berusaha memahami keinginan pelanggan.

2. Penanganan Keluhan

Suatu perusahaan yang melakukan penanganan keluhan dapat mengubah konsumen yang mengeluh menjadi konsumen yang setia²⁰. Dimensi penanganan keluhan setidaknya terdapat empat aspek penanganan keluhan yang penting yaitu²¹ pertama kecepatan dalam penanganan keluhan. Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan, apabila keluhan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan cara penanganan keluhannya, maka besar kemungkinannya ia akan menjadi pelanggan perusahaan kembali.

Kedua kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan. Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi “win-win” (*fiar*, realistis, dan proporsional), di mana pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan.

Ketiga empati terhadap pelanggan yang marah. Perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas, sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama.

Keempat kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan. Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya. Di sini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif tidak mahal, di mana pelanggan dapat menyampaikan keluhan-kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan saluran telepon bebas pulsa (*hot line service*) dan atau *website* untuk menampung keluhan pelanggan.

3. Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah seberapa jauh persepsi kinerja sebuah produk sesuai dengan harapan-harapan seorang pembeli²². Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan

²⁰ Johnson Fornell, Jeasung Cha Anderson, and Bryant, “The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings,” *Jurnal of Marketing* (2003). h. 15

²¹ Fandi Tjiptono and Gregorius Chandra, *Service, Quality and Stisfaction*, (Yogyakarta : Andi, 2007). h. 89

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I Dan II* (Jakarta : PT.Prenhal Indo, 2002). h. 67

adalah²³ Profesionalitas merupakan kinerja karyawan perusahaan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, ketanggapan layanan merupakan adanya perhatian perusahaan dalam menanggapi konsumen maupun keluhan yang disampaikan konsumen, keberadaan pelayanan merupakan sikap supel dan komunikatif yang dikembangkan oleh perusahaan terhadap konsumen, kepuasan menyeluruh dirasakan konsumen atas kualitas pelayanan yang telah diperoleh dan penataan tempat terlihat kebersihan gedung dan ruangan perusahaan yang harus diperhatikan untuk kenyamanan konsumen.

4. Loyalitas Nasabah

Seorang pelanggan dinyatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi di mana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu²⁴. Loyalitas dapat diukur dengan tiga indikator adalah²⁵ *repeat* yaitu pelanggan melakukan pembelian ulang secara berkala, *retention*, yaitu ia tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain dan *refferal*, apabila jasa yang diterima memuaskan, maka pelanggan akan memberitahukan kepada pihak lain.

5. Analisis Data Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan

Hasil data sudah diolah, ditemukan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Dalam penelitian ini berdasarkan uji statistik diperoleh nilai signifikansi kualitas layanan (X1) sebesar 0,005 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, artinya kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Totok Ismawanto, R.Gunawan Setianegara, dan Safirda Rahmani (2020) menunjukkan hasil kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah.

Lanjut penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Dalam penelitian ini berdasarkan uji statistik diperoleh nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, artinya penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa diduga penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Berliantina Rosita dan Sigit Indrawijaya (2015) yang menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin baik penanganan keluhan maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah.

Kemudian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Dalam penelitian ini berdasarkan uji statistik diperoleh nilai signifikansi 0,035 dimana lebih kecil dari 0,05, artinya kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

²³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2007). h. 26

²⁴ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Salemba Empat, 2005). h. 45

²⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT.Indeks, 2007). h. 35

loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gede Benny Subawa dan Eka Sulistyawati (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kualitas layanan semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah.

Selanjutnya, penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Dalam penelitian ini berdasarkan uji statistik diperoleh nilai signifikansi 0,008 dimana lebih kecil dari 0,05, artinya penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa diduga penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ismanik (2015) yang menunjukkan hasil bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti semakin baik penanganan keluhan semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah.

Namun, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Dalam penelitian ini berdasarkan uji statistik diperoleh nilai signifikansi 0,006 dimana lebih kecil dari 0,05, artinya kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa diduga kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Dewa Agung Gede Adi Utama dan Anak Agung Gede Agung Artha Kusuma (2020) yang menunjukkan hasil bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah.

Dan juga kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Berdasarkan Sobel_{tes} 1,941 dan pengaruh langsung 0,122 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,04446 dengan total pengaruh 0,16646. Oleh karena itu nilai t hitung $1,941 > t$ total 1,664. Hipotesis keenam (H6) yang menyatakan bahwa diduga kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga diterima. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Stevan Darwin dan Yohanes Sondang Kunto (2014) yang menunjukkan hasil bahwa diduga kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, dan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah.

Selain itu, kepuasan nasabah memediasi pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Berdasarkan Sobel_{tes} 2,033 dengan pengaruh langsung 0,178 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,0697 dengan total pengaruh 0,2477. Oleh karena itu nilai t hitung $2,033 > t$ tabel 1,664. Hipotesis ketujuh (H7) yang menyatakan bahwa diduga kepuasan nasabah memediasi pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas Nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yessy Artanti dan Lestari Ningsih menunjukkan hasil bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan dimediasi kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin baik penanganan

keluhan maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, dan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening, maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah. Berarti semakin baik kualitas layanan BPRS Suriyah Cabang Salatiga, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga.
2. Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Suriyah. Artinya semakin baik penanganan keluhan yang dilakukan oleh BPRS Suriyah Cabang Salatiga, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga.
3. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Artinya jika BPRS Suriyah Cabang Salatiga lebih meningkatkan kualitas layanan mereka, maka loyalitas nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga juga akan meningkat.
4. Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Berarti semakin baik penanganan keluhan terhadap nasabah, maka loyalitas nasabah BPRS Suriyah akan semakin meningkat.
5. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Semakin tinggi kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga.
6. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh memediasi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah. Artinya jika kualitas layanan di BPRS Suriyah Cabang Salatiga ditingkatkan, maka kepuasan nasabah akan meningkat, dan jika kepuasan nasabah meningkat, maka loyalitas nasabah juga akan meningkat.
7. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh memediasi Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini berarti jika penanganan keluhan di BPRS Suriyah Cabang Salatiga semakin baik, maka kepuasan nasabah akan meningkat, dan jika kepuasan nasabah meningkat maka loyalitas nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga juga akan meningkat.

Daftar Pustaka

- Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Aris, Irnandha, and Agung Utama. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat." *Jurnal of Business and Management Sciences* 5, no. 6 (2016): 2928–2938.
- Bawono, Anton. *Multivariabel Analisis Dengan SPSS*. Salatiga: STAIN: Salatiga Press, 2006.
- Budiarti, Anindhyta. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 15, no. 2 (2017): 210.
- Dimiyati, Mohamad. *Pendekatan Hayati : Strategi Pemasaran untuk Menghadapi Persaingan*

- yang Dinamis, *The Hayati Approach: A Marketing Strategy for Dynamic Competition*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018.
- Fornell, Johnson, Jeasung Cha Anderson, and Bryant. "The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings." *Jurnal of Marketing* (2003).
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Salemba Empat, 2005.
- Ismanik, Andre. "Analisis Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Citra Bank dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Artikel* (2015).
- Ismawanto, Totok, R Gunawan Setianegara, and Safirda Rahmani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Fronliner terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero).Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan." *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan* Vol.16 (2020): 1–11.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I dan II*. Jakarta : PT.Prenlall Indo, 2002.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks, 2007.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat, 2001.
- Ningtyas, Fitri. "Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya." *Jurnal of Bussiness and Banking* Vol.1 (2011).
- Novandy, Marcellus Ivan, and Ni Made Rastini. "Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studikasuk : Usaha Ekspedisi Tiki Di Kota Denpasar)." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7, no. 1 (2017): 412.
- Octavia, Ria. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung." *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.13 (2019): 35–39.
- Parasuraman, A., V.A., Zeithml, and L.L., Berry, A. "SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Meansuring Consumer Perseption of Service Quality." *Jurnal of Retailing* (1998): 64.
- Rangan, Febry Vanesa Luciana. "Analisis Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara." *Jurnal Riset dan Manajemen* Vol.3 (2015): 286–299.
- Rosita, Berliantina, and Sigit Indrawijaya. "Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah." *Digest Marketing* Vol.1 (2015): 1–7.
- Sadi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran-Semarang." *UNDIP*, 2009.
- Subawa, Gede Beny, and Eka Sulistyawati. "Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi." *E-Jurnal Manajemen* Vol.9 (2020): 718–736.
- Tjiptono, Fandi, and Gregorius Chandra. *Servise, Quality and Stisfaction*. Yogyakarta. Andi, 2007.
- Utama, I Dewa Agung Gede Adi, and Anak Agung Gede Agung Artha Kusuma. "Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap

Loyalitas Pelanggan.” *E-Jurnal Manajemen* Vol.8 (2019): 6468–6487.

Wahjono, Sentot Imam. *Perilaku Organisasi Sentot Imam Wahjono. Edisi Pertama*. 1st ed. Yogyakarta: Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.