

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK MANDIRI SEMARANG

Ind Tigana Prasetyo Siburian
Drs. Handoyo Djoko W, M.Si
Widayanto S.Sos, M.Si
namakugana@yahoo.com

Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Website : <http://www.fisip.undip.ac.id> email : fisip@undip.ac.id

ABSTRAKSI

Semakin tingginya tingkat persaingan dalam dunia marketing terutama pada pemasaran produk perbankan. Hal ini menyebabkan peningkatan kegiatan pemasaran sehingga dapat menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabah. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan cara menonjolkan kualitas pelayanan, dan meningkatkan tingkat kepuasan pada nasabah. Pada Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran memiliki jumlah nasabah dari tahun 2005-2010 yang mengalami fluktuatif.

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Jumlah populasi sebanyak 7517 orang sebagai nasabah, sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan teknik **purposive sampling**. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, tabel silang, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, uji korelasi dan uji F serta kegunaan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS 17.*

Dari perhitungan statistik diketahui persamaan regresi linier sederhana antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah $Y = 1.078 + 0.255X_1$. Persamaan regresi linier sederhana antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah $Y = 0.549 + 0.565X_2$. Persamaan regresi linier sederhana antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah $Z = 3.656 + 0.420X$. Dari masing-masing persamaan tersebut dapat diketahui bahwa ada pengaruh positif secara parsial antar variabel-variabel X terhadap variabel Y. sedangkan persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 0.259 + 0.161X + 0.224Z$. Sehingga dapat diketahui bahwa secara simultan kedua variabel X memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif terhadap variabel loyalitas nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan diperolehnya t_{hitung} semua variabel lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,661. Variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} 11.944, variabel kepuasan nasabah memiliki t_{hitung} 11.549. Sedangkan untuk uji F, diperoleh F_{hitung} 75.505. Dan semua variabel tersebut diuji pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian hipotesa yang diajukan diterima.

Kesimpulan yang diperoleh adalah responden berpendapat bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sudah baik. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah Bank Mandiri cabang Pandanaran perlu menjaga dan meningkatkan tingkat kebersihan baik ruang tunggu maupun toilet dan juga meningkatkan tingkat keamanan ruang tunggu, serta memberikan kejelasan informasi kepada nasabah tentang jaminan keamanan dana nasabah pada Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran.

Key Words: Kualitas Pelayanan; Kepuasan Nasabah; dan Loyalitas Nasabah.

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY OF MANDIRI BANK SEMARANG

ABSTRACT

High competition is increasing in the marketing sphere specifically in the context of banking products. It determines the increase marketing activity therefore it is able either to maintain or to increase banking customer. The acts is by feature in quality of service and increase in qualityof customer satisfication's rate. There is fluctuation in the amount of customer Bank Mandiri Semarang in Branch-Pandanaran from 2005-2010.

The goals of this inquiry is to find out the influence of equality of service and customer satisfication on customer loyalty. The amount of population is 7517 people as customer and the sample of this inquiry is taken in 100 people based on purposive sampling technic. The data be analysed quantitatively and qualitatively using validity test, reability test, cross tab, and simple linear regression analysis, multiple linear regression, correlation test, F-test, and also utility determination's correlation with SPSS software.

Statistic data calculation shows that equation of simple linier regression between quality of service toward loyalty of customer is $Y = 1.078 + 0.255X_1$. Equation of simple linier regression between quality of service towards loyalty of customer is $Y = 0.549 + 0.565X_2$. Equity of simple linier regression between quality of service towards customer's satisfication is $Z = 3.656 + 0.420X$. From each of the equity, it can be found out that there is positif determination/influence partially in between variables X towards variables Y. As multiple linear regression showed $Y = 0.259 + 0.161X + 0.224Z$, therefore can be found out that both of variables X have positif determination towards variable Y. Hypothesis test shows that variable quality of service and customer's satisfication have positif determination towards variable customer's loyalty. This refer to $t_{\text{calculation}}$ all of variables is bigger than t_{tabel} that is 1,661. Variable of quality of service has $t_{\text{calculation}}$ 11.944. Variable of satisfication's customer has $t_{\text{calculation}}$ 11.549. Whereas from F-test can be acquired $F_{\text{calculation}}$ 75.505. All variables be tested with signification rate 5 %. Therefore the hypothesis can be accepted.

From this inquiry, conclusion can be gotten that quality of service and customer's satisfication is good enough. In order to increase loyalty of customer Bank Mandiri in Branch- Pandanaran, its necessary to maintain and increase rate of cleanness both either in waiting room or toilet, to increase security level waiting room, and also to give clarity of information to customers about security's quarantee of fundary of customer in Bank Mandiri in Branch- Pandanaran.

Keyword: Quality of service, satisfication of customer, and loyalty of customer.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, persaingan pada dunia perbankan di tanah air kian kompetitif. Hal ini menjadikan setiap lembaga keuangan, dituntut dengan segala kiat dan kebijakannya untuk merebut dan menarik simpati nasabah. Salah satunya yaitu dengan menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah. Masyarakat sebagai konsumen jasa perbankan, sekarang mempunyai kesadaran yang tinggi dan semakin kritis terhadap produk dan jasa perbankan. Sedangkan bank sebagai produsen harus mampu meyakinkan nasabah bahwa produk yang ditawarkan benar-benar dapat memberi manfaat.

Oleh karena itu, bank harus dapat memuaskan nasabah, hal ini dimaksudkan agar nasabah bank menjadi nasabah yang loyal. Dalam upayanya tersebut, bank harus memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabahnya. Loyalitas nasabah merupakan salah satu kunci keberhasilan bank, karena hasil dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Semakin lama loyalitas nasabah, maka semakin besar laba yang dihasilkan bank dari seorang nasabah.(Kotler, 1997 : 231)

Bank merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kepada nasabah melalui penghimpunan dan penyaluran dana. Dalam usahanya untuk menciptakan loyalitas nasabah, bank berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dalam perbankan dapat menunjukkan kualitas suatu bank. Bank yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas, dan nasabahnya mendapatkan kepuasan, akan membuat nasabahnya menjadi loyal, demikian pula sebaliknya. Unsur yang membentuk pelayanan yang berkualitas adalah perpaduan kualitas manusia yang diwujudkan dalam perilaku atau sifat pribadi dalam berinteraksi dengan nasabah dan keterampilan atau keahlian yang merupakan penguasaan terhadap unsur teknis dan prosedur yang berkaitan dengan tugasnya.(Kotler, 1997 : 22)

Bank adalah bentuk perusahaan yang berorientasi pada kepercayaan nasabah. Kepercayaan ini menyangkut kredibilitas bank dimata nasabah . Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Jika kepercayaan sudah timbul antara bank dan nasabah, maka usaha untuk membina kerjasama akan lebih mudah sehingga akan memberi keuntungan bagi kedua belah pihak. Dari pihak bank, hal tersebut menimbulkan loyalitas nasabah yang sangat berguna demi kelangsungan hidup bank yang bersangkutan. Sedangkan bagi nasabah, keuntungan yang diperoleh ialah mendapatkan produk yang tepat yaitu tercapainya kepuasan akan produk perbankan dan mengurangi resiko ketidakpuasan terhadap produk perbankan yang digunakan.

Bank Mandiri Indonesia didirikan pada tanggal 2 Oktober 1998, yang merupakan bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilakukan pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Exim, dan Bapindo dilebur menjadi Bank Mandiri. Sampai saat ini, Bank Mandiri mempunyai unit kerja yang terdiri dari : 12 Kantor Wilayah, 38 area, dan 616 Kantor Cabang/ Spoe. Co.(Bank Mandiri cab.Pandanaran,2010)

Dalam perjalanannya sampai tahun 2011 ini, Bank Mandiri terutama pada Cabang Pandanaran Semarang, pernah mengalami kenaikan dan penurunan jumlah nasabah. Penulis tertarik untuk meneliti apakah yang mempengaruhi jumlah nasabah tersebut mengalami perkembangan yang tidak konstan. Apabila kenaikan dan penurunan nasabah dapat ditunjukan pada variabel loyalitas nasabah, maka faktor apakah yang dapat memberikan pengaruh, serta berapa besar pengaruh tersebut bekerja. Penulis tertarik untuk meneliti apakah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memberikan pengaruh dan seberapa besar pengaruh tersebut kepada loyalitas nasabah.

Dari pemaparan yang disampaikan penulis diatas, maka penulis akan berusaha meneliti dan mengkaji tentang : “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Mandiri Semarang” (Studi Kasus pada Bank Mandiri Cabang Pandanaran Semarang).

Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah?
4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah?

KAJIAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kerangka teori ialah teori-teori yang relevan yang dapat digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan di teliti, serta sebagai dasar untuk memberikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan (hipotesis), dan penyusunan instrument penelitian Sugiyono,(2004:305).

Kualitas mempunyai pengertian sebagai keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten (Kotler, 2003:4). Pada dasarnya terdapat 3 orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain yaitu persepsi konsumen, produk/jasa, proses.Kualitas pelayanan menurut John Sviokla (Lupiyoadi, 2001:147) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan 2 faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*).

Pada organisasi perbankan indikator untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah dapat dilihat dari tingkat intensitas pemakaian produk tersebut. Kualitas produk yang dapat memuaskan nasabah dapat kesan yang positif dan menarik nasabah potensial. Sehingga nasabah akan tertarik untuk menggunakan kembali produk tersebut pada tempat yang sama pada waktu yang berlainan. Pengertian kepuasan itu sendiri menurut Poerwodarminto (1996:421) adalah perasaan senang atau lega karena telah merasakan hingga cukup atau sudah kesampaian maksudnya.Sedangkan kepuasan konsumen menurut Husein Umar (1997:238) adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya.

Kepuasan nasabah saja tidak cukup untuk membangun nasabah yang loyal. Perusahaan akan mencari cara untuk membahagiakan nasabah dengan memenuhi dan bahkan melebihi harapan mereka. Apabila para nasabah merasa puas, mereka membeli lebih banyak atau lebih sering menggunakan jasa berulang kali.Menurut Jill Griffin (2003:2), loyalitas adalah senantiasa untuk melakukan pembelian secara teratur. Karena merasa mendapat kualitas pelayanan yang cocok, maka nasabah akan menggunakan produk perbankan secara berulang. Dari sini akan timbul kesetiaan menggunakan produk yang ditawarkan. Nasabah yang loyal adalah orang yang :

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, diketakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data Sugiyono (2007:51) Dengan adanya sistim kualitas pelayanan yang baik, maka akan tercipta kepuasan nasabah, dan diharapkan loyalitas nasabah meningkat

dengan baik. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Semarang “ Maka hipotesis yang diperoleh penulis adalah sebagai berikut:

- Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
- Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.
- Diduga ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.
- Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah dengan metode eksplanatori, yaitu metode penelitian suatu penelitian yang menjelaskan kedudukan variabel – variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Atau penelitian yang sifatnya menjelaskan yaitu kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dari tahun 2005 sampai tahun 2010.

Penelitian ini menggunakan tipe *eksplanatori* yaitu suatu penelitian yang menjelaskan kedudukan variabel – variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Atau penelitian yang sifatnya menjelaskan. Penelitian ini dilakukan pada Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran, agar dapat diketahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran.

HASIL PENELITIAN

Kualitas pelayanan pada Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran sudah sangat baik yang dapat dilihat pada kategori responden didapat kualitas pelayanan 51% baik dan 49% sangat baik. Dan didapat koefisiensi korelasi sebesar 0.770 dan koefisiensi determinasi sebesar 59.30%, kemudian juga didapat persamaan regresi yaitu $Y = 1.078 + 0.255X$. dan didapat t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $11.944 > 1.660$.

Kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran sudah sangat tinggi yang dapat dilihat pada kategori responden didapat kepuasan nasabah 54% tinggi dan 46% sangat tinggi. Dan didapat koefisiensi korelasi sebesar 0.759 dan koefisiensi determinasi sebesar 57.60%, kemudian juga didapat persamaan regresi yaitu $Y = 0.549 + 0.565X$. dan didapat juga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $11.549 > 1.660$.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan koefisiensi korelasi sebesar 0.942 dan koefisiensi determinasi

sebesar 88.80%, kemudian juga didapat persamaan regresi yaitu $Y = 3.656 + 0.420X$. dan juga didapati t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $27.846 > 1.660$.

PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan pada Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran sudah sangat baik yang dapat dilihat pada kategori responden didapat kualitas pelayanan 51% baik dan 49% sangat baik. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan koefisiensi korelasi sebesar 0.770 dan koefisiensi determinasi sebesar 59.30%, kemudian juga didapat persamaan regresi yaitu $Y = 1.078 + 0.255X$, sehingga dapat diketahui bahwa sebesar 1.078 nilai loyalitas nasabah yang dipengaruhi selain variabel kualitas pelayanan atau dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dianggap sama dengan nol atau tidak ada, dan variabel kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0.255. hal ini ditunjang dengan tingkat tingkat signifikansi kurang dari 5% yaitu sebesar 0% dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $11.944 > 1.660$, sehingga hipotesa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah (H_a) diterima. Hal ini juga dapat dilihat pada crosstab, bahwa kualitas pelayanan yang sangat baik menyebabkan loyalitas nasabah sebanyak 41% sangat tinggi dan 8% tinggi, dan kualitas pelayanan baik menyebabkan loyalitas nasabah 2% sangat tinggi dan 49% tinggi.

Kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran sudah sangat tinggi yang dapat dilihat pada kategori responden didapat kepuasan nasabah 54% tinggi dan 46% sangat tinggi. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan koefisiensi korelasi sebesar 0.759 dan koefisiensi determinasi sebesar 57.60%, kemudian juga didapat persamaan regresi yaitu $Y = 0.549 + 0.565X$, sehingga dapat diketahui bahwa sebesar 0.549 nilai loyalitas nasabah yang dipengaruhi selain variabel kepuasan nasabah atau dengan asumsi variabel kepuasan nasabah dianggap sama dengan nol atau tidak ada, dan kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0.549. hal ini ditunjang dengan tingkat tingkat signifikansi kurang dari 5% yaitu sebesar 0% dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $11.549 > 1.660$; sehingga hipotesa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah (H_a) diterima. Hal ini juga dapat dilihat pada crosstab, bahwa kepuasan nasabah yang sangat tinggi menyebabkan loyalitas nasabah sebanyak 39% sangat tinggi dan 7% tinggi, dan kepuasan nasabah yang tinggi menyebabkan loyalitas nasabah 4% sangat tinggi dan 50% tinggi.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan koefisiensi korelasi sebesar 0.942 dan koefisiensi determinasi sebesar 88.80%, kemudian juga didapat persamaan regresi yaitu $Y = 3.656 + 0.420X$, sehingga dapat diketahui bahwa sebesar 3.656 nilai kepuasan nasabah yang dipengaruhi selain variabel kualitas pelayanan atau dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dianggap sama dengan nol atau tidak ada, dan variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0.420. hal ini ditunjang dengan tingkat signifikansi kurang dari 5% yaitu sebesar 0% dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $27.846 > 1.660$, sehingga hipotesa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (H_a) diterima. Hal ini juga dapat dilihat pada crosstab,

bahwa kualitas produk yang sangat baik menyebabkan kepuasan nasabah sebanyak 46% sangat tinggi dan 3% tinggi, dan kualitas pelayanan baik menyebabkan kepuasan nasabah 51% tinggi.

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan koefisiensi korelasi sebesar 0.780 dan koefisiensi determinasi sebesar 60.9%. kemudian juga dapat diketahui persamaan regresi linier berganda yaitu: $Y = 0.070 + 0.138X_1 + 0.280X_2$; sehingga dapat diketahui bahwa nilai loyalitas nasabah sebesar 0.070 dipengaruhi oleh variabel selain variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah atau dengan asumsi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sama dengan nol atau tidak ada. Hal ini ditunjang dengan tingkat signifikansi yang kurang dari 5% atau F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $75.505 > 3.090$. sehingga dapat diketahui bahwa hipotesa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah (H_a) diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan koefisiensi korelasi sebesar 0.770 dan koefisiensi determinasi sebesar 59.30%, kemudian juga didapat persamaan regresi yaitu $Y = 1.078 + 0.255X$, sehingga dapat diketahui bahwa sebesar 1.078 nilai loyalitas nasabah yang dipengaruhi selain variabel kualitas pelayanan atau dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dianggap sama dengan nol atau tidak ada, dan variabel kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0.255. hal ini ditunjang dengan tingkat tingkat signifikansi kurang dari 5% yaitu sebesar 0% dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $11.944 > 1.660$, sehingga hipotesa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah (H_a) diterima.
2. Kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan koefisiensi korelasi sebesar 0.768 dan koefisiensi determinasi sebesar 58.90%, kemudian juga didapat persamaan regresi yaitu $Y = 0.351 + 0.570X$, sehingga dapat diketahui bahwa sebesar 0.351 nilai loyalitas nasabah yang dipengaruhi selain variabel kepuasan nasabah atau dengan asumsi variabel kepuasan nasabah dianggap sama dengan nol atau tidak ada, dan kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0.549. hal ini ditunjang dengan tingkat tingkat signifikansi kurang dari 5% yaitu sebesar 0% dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $11.549 > 1.660$; sehingga hipotesa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah (H_a) diterima.
3. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan koefisiensi korelasi sebesar 0.942 dan koefisiensi determinasi sebesar 88.80%, kemudian juga didapat persamaan regresi yaitu $Y = 3.656 + 0.420X$, sehingga dapat diketahui bahwa sebesar 3.601 nilai kepuasan nasabah yang dipengaruhi selain variabel kualitas pelayanan atau dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dianggap sama dengan nol atau tidak ada, dan variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0.420. hal ini ditunjang dengan tingkat signifikansi kurang dari 5% yaitu sebesar 0% dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $27.846 > 1.660$, sehingga hipotesa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (H_a) diterima.
4. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan koefisiensi korelasi sebesar 0.780 dan

koefisiensi determinasi sebesar 60.9%. kemudian juga dapat diketahui persamaan regresi linier berganda yaitu: $Y = 0.070 + 0.138X_1 + 0.280X_2$; sehingga dapat diketahui bahwa nilai loyalitas nasabah sebesar 0.070 dipengaruhi oleh variabel selain variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah atau dengan asumsi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sama dengan nol atau tidak ada. Hal ini ditunjang dengan tingkat signifikansi yang kurang dari 5% atau F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $75.505 > 3.090$. sehingga dapat diketahui bahwa hipotesa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah (H_a) diterima.

Saran

1. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah dalam hal kualitas pelayanan, Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran perlu meningkatkan jam operasional yang memadai, karena jam operasionalnya tidak sesuai dengan yang diharapkan Nasabah. Kemudian harus menjaga dan meningkatkan tingkat kebersihan baik pada ruang tunggu maupun toilet, dan juga meningkatkan tingkat keamanan ruang tunggu, serta memberikan kejelasan informasi kepada nasabah tentang produk jasa terutama tentang jaminan keamanan dana nasabah pada Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran.
2. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah dalam hal kepuasan nasabah, Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran perlu meningkatkan produknya, karena nasabah tidak puas dengan beberapa produknya. Kemudian harus lebih memberikan jaminan keamanan dana nasabahnya. Bank juga harus memberikan transparansi tentang biaya administrasi yang dibebankan dan juga memberikan informasi tentang keuntungan memiliki produk jasa Bank Mandiri Semarang cabang Pandanaran.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan penelitiannya dilakukan secara khusus yaitu nasabah tabungan maupun nasabah pinjaman agar hasil penelitian dapat dispesifikasikan sehingga PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Pandanaran Semarang dapat lebih terfokus untuk mengambil kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A & Kevin Lane Keller. 1990. Consumer Evaluation of Brand Extentions. *Journal of Marketing*. Vol. 54 January, p. 27-41.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Cravens, David W. 1998. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Handoko, T Hani. 2003. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisa Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium II*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran, jilid I*. Jakarta: PT Prehalindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Poerwodarminto. 1996. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Sarwono, Jonathan. 2005. *Riset Pemasaran Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Pengambilan Contoh*. Yogyakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2001. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo, Adi Suryanto. 2003. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Tjiptono, Fandi. 1997. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Umar, Husein. 1997. *Metodologi Penelitian, Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.