

**PENGARUH PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK.
DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL PERANTARA
(STUDI PADA NASABAH BANK MUAMALAT CABANG SURABAYA)**

Yessy Artanti

Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
E-mail:yessy.artanti@gmail.com

Lestari Ningsih

Alumni Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
E-mail:yessy.artanti@gmail.com

ABSTRACT

For many years Islamic banking industry has increased. One of player in Islamic banking competition is PT. Muamalat Indonesia. In service companies, the complaints are something that can not be avoided, in order to stay in competition, they must transform themselves continually to increasing handling of customer complaints as a determinant to create customer satisfaction. One of the advantages can be gained by the companies if the customers are satisfied, they will be a loyal customers. Measuring instruments used was a questionnaires, and datas are analyzed by Structural Equation Modeling. The results shows that handling of customer complaints toward customer satisfaction. While handling complaints do not directly affect customer loyalty.

Keywords: complaints handling, customer loyalty, customer satisfaction

ABSTRAK

Selama bertahun-tahun industri perbankan Islam telah meningkat. Salah satu pemain dalam kompetisi perbankan Islam adalah PT. Muamalat Indonesia. Dalam perusahaan jasa, keluhan adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari, agar tetap bertahan kompetisi, mereka harus mengubah diri terus untuk meningkatkan penanganan keluhan pelanggan sebagai penentu untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu keuntungan dapat diperoleh oleh perusahaan jika pelanggan puas, mereka akan menjadi pelanggan setia. Alat ukur yang digunakan adalah angket, dan data-data dianalisis dengan Structural Equation Modeling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penanganan keluhan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara penanganan keluhan tidak secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan.

A. PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hingga Oktober 2010, jumlah bank syariah mencapai 11 BUS. Semakin ramainya perbankan syariah di Indonesia, persaingan antar bank akan semakin ketat. Hasan (2008) berpendapat bahwa di saat persaingan semakin ketat, produsen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menawarkan berbagai jenis produknya; dampaknya konsumen memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar konsumen semakin besar, yang mendorong setiap perusahaan harus menempatkan orientasinya pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Menurut Tjiptono (2008) kepuasan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan *word of mouth*. Dalam mengukur kepuasan menurut Surjendari dan Susetiana dalam Seffy dkk (2009) dapat digunakan keseluruhan kepuasan, perbandingan dengan yang ideal dan pemenuhan harapan

Menurut Wahjono (2010) sebuah perusahaan yang menanggapi keluhan-keluhan dengan baik sebenarnya memperluas kesempatan kedua untuk memuaskan konsumennya. Tjiptono (2007) berpendapat bahwa setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer - oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka

Menurut Tjiptono dalam Wahjono (2010) komplain berdampak strategis terhadap perusahaan. Senada dengan pendapat yang lain, menurut Timm (2005) keluhan adalah kesempatan mempererat hubungan dan menciptakan loyalitas. Schanaars dalam Hasan (2008) berpendapat kalau strategi penanganan keluhan itu efisien, maka strategi ini dapat mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas. Hal ini diperkuat dengan pendapat dari Mudie & Cottam dalam Tjiptono (2007), bahwa penanganan komplain secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk / jasa perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi `pelanggan abadi`). Menurut Tjiptono (2007), terdapat empat aspek penanganan keluhan yang penting, yaitu ;empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan, kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya.

Selain kepuasan, loyalitas pelanggan penting bagi perusahaan, karena, tanpa loyalitas pelanggan perusahaan tidak akan dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Rahmayanty berpendapat (2010), bahwa tanpa pelanggan, perusahaan tidak punya apa-apa, perusahaanlah yang bergantung pada pelanggan dan untuk pelanggan lah kita bekerja, karena pelanggan adalah sumber uang dan pekerjaan. Menurut Tjiptono (2008:77), pelanggan yang loyal pada merek tertentu cenderung “terikat” pada merek tersebut dan bakal membeli produk yang sama sekalipun tersedia banyak alternatif lainnya. Menurut Selnes (1993) dalam Smith and Wright (2004), Chow dan Holden (1997) dan Musry (2004) dalam Sunarto (2006) terdapat empat indikator yang bias digunakan dalam mengukur loyalitas yaitu, pembelian ulang, komitmen, kelanjutan hubungan dan rekomendasi

Karatepe (2005) dalam penelitiannya menunjukkan hubungan yang positif signifikan antara respon organisasi terhadap keluhan dengan persepsi pengadu terhadap dimensi keadilan, hubungan yang positif signifikan antara persepsi pengadu terhadap dimensi keadilan dengan kepuasan pengadu dan hubungan yang positif signifikan antara kepuasan pengadu dengan loyalitas pengadu dan dimensi keadilan serta kepuasan bersama-sama menjelaskan 46 % dari varians dalam kesetiaan.

Salah satu pemain di persaingan perbankan syariah adalah PT. Muamalat Indonesia. Bank Muamalat sebagai bank syariah pertama dan menjadi pioneer bagi bank syariah lainnya.

Dari paparan di atas, mamahami, mengukur dan mengelola loyalitas pelanggan sangatlah penting. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Perantara (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya)”.

B. KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

Perilaku proses keputusan pembelian tidak berhenti begitu pembelian dilaksanakan. Evaluasi lebih jauh terjadi dalam bentuk perbandingan kinerja produk atau jasa berdasarkan harapan. Hasilnya adalah kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan berfungsi mengukuhkan loyalitas pembeli, sementara ketidakpuasan dapat menyebabkan keluhan, komunikasi lisan yang negatif dan upaya menuntut ganti rugi melalui sarana hukum. Penanganan penanganan keluhan secara efektif memberikan peluang untuk

mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk / jasa perusahaan yang puas. Atas dasar ini dapat dirumuskan hipotesis (H1) : Diduga terdapat pengaruh antara penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat.

Penanganan keluhan adalah kesempatan mempererat hubungan dan menciptakan loyalitas. Atas dasar ini dapat dirumuskan hipotesis (H2) : Diduga terdapat pengaruh antara penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat

Kepuasan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan. Atas dasar ini dapat dirumuskan hipotesis (H3) : Diduga terdapat pengaruh antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat

Perusahaan jasa dengan merupakan perusahaan dengan bentuk layanan yang kompleks yang mengutamakan harus mencapai kepuasan terlebih dahulu untuk menjadi loyal. Atas dasar ini dapat dirumuskan hipotesis (H4) : Diduga terdapat pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel perantara

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel bebas (eksogen) yaitu penanganan keluhan terhadap variabel terikatnya (endogen) yaitu loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel perantara (Studi pada nasabah bank Muamalat cabang Surabaya).

Karakteristik populasi yang menjadi target penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia yang pernah mengajukan keluhan, nasabah yang telah menggunakan jasa Bank Muamalat minimal dua kali, dan nasabah untuk produk penghimpunan dana berupa Tabungan Muamalat. Berdasarkan karakteristik populasi, maka populasi dalam penelitian ini bersifat *infinite* artinya jumlah populasi yang diteliti tidak diketahui. Sampel untuk penelitian ini sebesar 126. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah *insidental sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket yang terstruktur dengan menggunakan skala likert dengan skor 1-5. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling.

1. Operasional Variabel

Indikator yang digunakan untuk mengukur penanganan keluhan yang dilakukan pihak Bank muamalat yaitu empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan dan kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan keluhan. Kepuasan nasabah diukur berdasarkan keseluruhan kepuasan, pemenuhan harapan dan perbandingan dengan yang ideal. Loyalitas nasabah diukur berdasarkan kebiasaan transaksi, rekomendasi, kelanjutan hubungan dan komitmen.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI CFA (*Confirmatory Factor Analysis*)

1. Unidimensional Variabel Laten Penanganan Keluhan

Dari hasil modifikasi model, didapatkan nilai-nilai kriteria *Goodness of Fit* sebagai berikut :

Tabel 1 Kriteria *Goodness of Fit Indices* Variabel Penanganan Keluhan Hasil Modifikasi

| Kriteria | Hasil | Nilai Kritis | Evaluasi Model |
|----------------------|--------|--------------|----------------|
| Chi-Square (df = 35) | 49,327 | < 49,802 | Baik |
| Cmin/df | 1,409 | ≤ 2,00 | Baik |
| Probability | 0,085 | ≥ 0,05 | Fit |
| RMSEA | 0,057 | ≤ 0,08 | Baik |
| GFI | 0,939 | ≥ 0,90 | Baik |
| AGFI | 0,855 | ≥ 0,90 | Baik |
| TLI | 0,954 | ≥ 0,95 | Baik |
| CFI | 0,971 | ≥ 0,95 | Baik |

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa terjadi penurunan nilai *Chi-Square* sehingga didapatkan nilai *probability* sebesar 0,055 yang lebih besar dari 5%. Selain itu semua kriteria-kriteria *Goodness of Fit* memenuhi batas *cutt of value*. Untuk nilai estimasi parameter dan signifikansinya dapat dilihat sebagai berikut ini :

Tabel 2 *Loading Factor* dan Nilai CR Indikator Penanganan Keluhan Hasil Modifikasi

| | Std Estimate | C.R. | P |
|------|--------------|-------|-------|
| x1.1 | 0.633 | 5.078 | 0,000 |
| x1.2 | 0.759 | 5.820 | 0,000 |
| x1.3 | 0.663 | 4.655 | 0,000 |
| x1.4 | 0.613 | 4.951 | 0,000 |

| | | | |
|------|-------|-------|-------|
| x2.1 | 0.562 | 4.824 | 0,000 |
| x2.2 | 0.507 | 4.495 | 0,000 |
| x3.1 | 0.604 | 4.505 | 0,000 |
| x3.2 | 0.538 | 4.634 | 0,000 |
| x4.1 | 0.607 | 5.069 | 0,000 |
| x4.2 | 0.545 | 4.762 | 0,000 |
| x4.3 | 0.556 | | |

Sumber : Data diolah peneliti

Nilai CR (*Critical Ratio*) yang didapatkan untuk semua indikator variabel pembentuk variabel laten penanganan keluhan signifikan pada taraf alpha 5%, dilihat dari *p-value* yang dihasilkan kurang dari 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang diindikasikan membentuk variabel laten penanganan keluhan signifikan.

Berdasarkan nilai *standardized loading factor* dan *error variances* dari tabel rekap di atas, maka dapat diketahui nilai *Construct Reliability* adalah 0,861 sehingga dapat dinyatakan bahwa model sangat reliabel. (nilai *Construct Reliability* > 0,70).

2. Unidimensional Variabel Laten Kepuasan Nasabah

Dari hasil modifikasi model, didapatkan nilai-nilai kriteria *Goodness of Fit* sebagai berikut :

Tabel 3 Kriteria *Goodness of Fit Indices* Variabel Kepuasan Nasabah Hasil Modifikasi

| Kriteria | Hasil | Nilai Kritis | Evaluasi Model |
|---------------------|-------|--------------|----------------|
| Chi-Square (df = 8) | 4,985 | < 15,507 | Baik |
| Cmin/df | 0,623 | ≤ 2,00 | Baik |
| Probability | 0,759 | ≥ 0,10 | Fit |
| RMSEA | 0,000 | ≤ 0,08 | Baik |
| GFI | 0,987 | ≥ 0,90 | Baik |
| AGFI | 0,966 | ≥ 0,90 | Baik |
| TLI | 1,030 | ≥ 0,95 | Baik |
| CFI | 1,000 | ≥ 0,95 | Baik |

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa semua kriteria-kriteria *Goodness of Fit* memenuhi batas *cutt of value*. Untuk nilai estimasi parameter dan signifikansinya dapat dilihat sebagai berikut ini :

Tabel 4 *Loading Factor* dan Nilai CR Indikator Kepuasan Nasabah Hasil Modifikasi

| | Std Estimate | C.R. | P |
|------|--------------|-------|-------|
| z1.1 | 0.631 | 5.284 | 0,000 |
| z1.2 | 0.526 | 4.507 | 0,000 |
| z1.3 | 0.623 | 5.062 | 0,000 |
| z2.1 | 0.754 | 5.439 | 0,000 |

| | | | |
|------|-------|-------|-------|
| z3.1 | 0.502 | 5.776 | 0,000 |
| z3.2 | 0.598 | | |

Sumber : Data diolah peneliti

p-value yang dihasilkan kurang dari 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang diindikasikan membentuk variabel laten kepuasan nasabah signifikan.

Berdasarkan nilai *standardized loading factor* dan *error variances* dari tabel rekap di atas, maka dapat diketahui nilai *Construct Reliability* adalah 0,778 sehingga dapat dinyatakan bahwa model sangat reliabel. (Karena nilai *Construct Reliability* > 0,70).

3. Unidimensional Variabel Laten Loyalitas Nasabah

Dari hasil modifikasi model, didapatkan nilai-nilai kriteria *Goodness of Fit* sebagai berikut :

Tabel 5 Kriteria *Goodness of Fit Indices* Variabel Loyalitas Nasabah Hasil Modifikasi

| Kriteria | Hasil | Nilai Kritis | Evaluasi Model |
|---------------------|-------|--------------|----------------|
| Chi-Square (df = 6) | 6.347 | < 12,591 | Baik |
| Cmin/df | 1,085 | ≤ 2,00 | Baik |
| Probability | 0,358 | ≥ 0,10 | Fit |
| RMSEA | 0,022 | ≤ 0,08 | Baik |
| GFI | 0.984 | ≥ 0,90 | Baik |
| AGFI | 0,944 | ≥ 0,90 | Baik |
| TLI | 0.996 | ≥ 0,95 | Baik |
| CFI | 0,999 | ≥ 0,95 | Baik |

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 5 terlihat bahwa semua kriteria-kriteria *Goodness of Fit* memenuhi batas *cutt of value*. Untuk nilai estimasi parameter dan signifikansinya dapat dilihat sebagai berikut ini :

Tabel 6 *Loading Factor* dan Nilai CR Indikator Loyalitas Nasabah Hasil Modifikasi

| | S.E. | C.R. | P |
|-----------------------|-------|-------|-------|
| y1.1 <--- Loy_nasabah | 0.371 | | |
| y2.1 <--- Loy_nasabah | 0.828 | 4.032 | 0.000 |
| y2.2 <--- Loy_nasabah | 0.915 | 3.838 | 0.000 |
| y3.1 <--- Loy_nasabah | 0.550 | 3.586 | 0.000 |
| y4.1 <--- Loy_nasabah | 0.351 | 2.856 | 0.004 |
| y4.2 <--- loy_nasabah | 0.250 | 2.292 | 0.022 |

Sumber : Data diolah peneliti

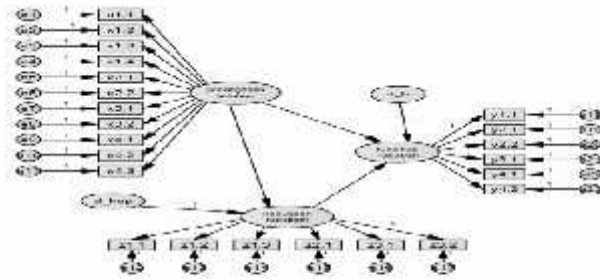
p-value yang dihasilkan kurang dari 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang diindikasikan membentuk variabel laten loyalitas nasabah signifikan.

Berdasarkan nilai *standardized loading factor* dan *error variances* dari tabel rekap di atas, maka dapat diketahui nilai *Construct Reliability* adalah 0,735 sehingga dapat dinyatakan bahwa model sangat reliabel. (Karena nilai *Construct Reliability* > 0,70).

ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELLING (SEM)

1. Pengujian Full Model Structural Equation Modeling

Hasil model awal dengan estimasi *standardized* disajikan di bawah ini:



Gambar 1 Full Model Awal Structural Equation Modeling

Pada Tabel 7 adalah nilai-nilai dari kriteria *Goodness of Fits* untuk menguji tingkat kelayakan model.

Tabel 7 Kriteria *Goodness of Fit Indices* Model Awal

| Kriteria | Hasil | Nilai Kritis | Evaluasi Model |
|-----------------------|---------|--------------|----------------|
| Chi-Square (df = 227) | 513,283 | < 263,147 | Kurang Baik |
| Cmin/df | 2,661 | ≤ 2,00 | Kurang Baik |
| Probability | 0,000 | ≥ 0,05 | Belum Fit |
| RMSEA | 0,000 | ≤ 0,08 | Kurang Baik |
| GFI | 0,741 | ≥ 0,90 | Kurang Baik |
| AGFI | 0,685 | ≥ 0,90 | Kurang Baik |
| TLI | 0,719 | ≥ 0,95 | Kurang Baik |
| CFI | 0,749 | ≥ 0,95 | Kurang Baik |

Sumber : Data diolah peneliti

Dari hasil uji kelayakan model menunjukkan terdapat perbedaan antara matriks varian kovarians populasi dengan matriks varian kovarians model yang diestimasi dari sampel. Hal ini didukung dengan semua kriteria yang tidak memenuhi batas *cut-off* value yang sudah ditentukan, sehingga diperlukan adanya modifikasi model.

Hasil pengujian model kausalitas yang terbentuk antar variabel laten baik eksogen maupun endogen dapat dilihat pada Tabel 8

Tabel 8 Loading Factor Full Model
Structural Equation Modeling

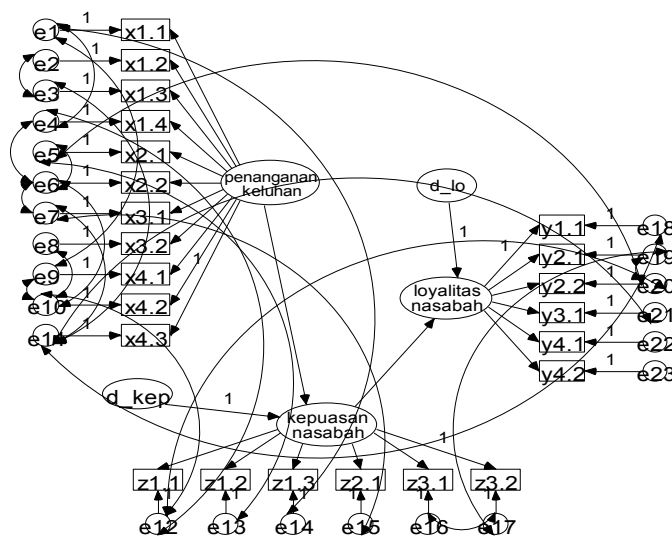
| | Std Estimate | C.R. | P |
|---|--------------|--------|-------|
| kepuasan_nasabah <--- penanganan_keluhan | 0.820 | 4.642 | 0.000 |
| loyalitas_nasabah <--- kepuasan_nasabah | 0.951 | 2.976 | 0.003 |
| loyalitas_nasabah <--- penanganan_keluhan | -0.226 | -0.976 | 0.329 |

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil estimasi semua hubungan kausal didapatkan bahwa ada hubungan yang tidak signifikan, yaitu pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah.

2. Modifikasi Full Model Structural Equation Modeling

Hasil full model *structural equation modeling* disajikan pada Gambar 2 berikut ini :



Gambar 2 Modifikasi Full Model Structural Equation Modeling

Untuk menguji kesesuaian model yang telah dimodifikasi, dilakukan dengan melihat beberapa kriteria *Goodness of Fit* berikut ini :

Tabel 9 Kriteria *Goodness of Fit Indices* Hasil Modifikasi

| Kriteria | Hasil | Nilai Kritis | Evaluasi Model |
|-----------------------|---------|--------------|----------------|
| Chi-Square (df = 205) | 237.522 | < 239,403 | Baik |
| Cmin/df | 1,159 | ≤ 2,00 | Baik |
| Probability | 0,059 | ≥ 0,05 | Fit |
| RMSEA | 0,036 | ≤ 0,08 | Baik |
| GFI | 0,868 | ≥ 0,90 | Cukup Baik |
| AGFI | 0,823 | ≥ 0,90 | Cukup Baik |
| TLI | 0,965 | ≥ 0,95 | Baik |
| CFI | 0,971 | ≥ 0,95 | Baik |

Sumber : Data diolah peneliti

Hasil modifikasi model struktural yang dilakukan menunjukkan semua kriteria memenuhi batas *cut off value* yang ditentukan.

Nilai loading dan signifikansi disajikan pada Tabel 10 berikut ini :

Tabel 10 *Loading Factor Full Model Modifikasi Structural Equation Modeling*

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|--|----------|------|-------|-----|
| kepuasan_nasabah <--- penanganan_keluhan | .690 | .143 | 4.816 | *** |
| loyalitas_nasabah <--- kepuasan_nasabah | .568 | .148 | 3.851 | *** |

Sumber : Data diolah peneliti

Tabel 11 *Squared Multiple Correlations*

| Variabel | | | Estimate |
|-------------------|------|---|----------|
| Kepuasan Nasabah | <--- | Penanganan Keluhan | 0.619 |
| Loyalitas Nasabah | <--- | Penanganan keluhan dan Kepuasan Nasabah | 0.589 |

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 11 diatas maka dapat diketahui bahwa hubungan variabel yang paling berpengaruh adalah penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai 0,619.

Berikut adalah hasil pengujian SEM dengan nilai koefisien SEM atau *standardize* koefisien pada masing-masing variabel.

Tabel 12 Nilai Koefisien SEM Pengaruh Antar Variabel

| Hubungan antar Variabel | | | Nilai Standardized coefisien | | |
|-------------------------|-----|--------------------|------------------------------|----------------|--------------|
| | | | Langsung | Tidak Langsung | Total Effect |
| Kepuasan nasabah | <-- | Penanganan keluhan | 0,787 | | 0,787 |
| Loyalitas nasabah | <-- | Penanganan keluhan | | 0,604 | |
| Loyalitas nasabah | <-- | Kepuasan nasabah | 0,767 | | 0,767 |

Sumber : Data diolah peneliti

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 61,9 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini misalnya kualitas layanan, emosional dan kualitas produk.

Dari hasil penelitian juga didapatkan bahwa dari kesebelas indikator variabel penanganan keluhan yaitu karyawan Bank Muamalat menangani keluhan nasabah dengan sabar mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya. Karyawan Bank Muamalat dalam menangani nasabah yang sedang menyampaikan keluhan bersikap tetap sabar

2. Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penanganan keluhan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Yang mana dalam menciptakan loyalitas nasabah tidak cukup hanya dengan penanganan

keluhan. Nasabah memerlukan kepuasan terlebih dahulu untuk menjadi nasabah yang loyal. Hal ini karena, Bank Muamalat sebagai perusahaan jasa dengan bentuk layanan yang kompleks yang mengutamakan layanan harus mencapai kepuasan terlebih dahulu untuk menjadi loyal.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 58,9 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini misalnya citra perusahaan

Dari hasil penelitian juga didapatkan bahwa dari keenam indikator variabel kepuasan nasabah yaitu pelayanan yang diperoleh sudah memenuhi harapan nasabah mempunyai pengaruh paling besar terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya

4. Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel perantara.

Pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel perantara dapat dilihat nilainya sebesar 0,604. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Seffy dkk (2009) dengan penelitian Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Komplain dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : PT. Garuda Indonesia Palembang) yang menunjukkan variabel komplain berpengaruh secara tidak langsung loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data pada Bab IV, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penanganan keluhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 61,9 %.
2. Tidak terdapat pengaruh penanganan keluhan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya.
3. Kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 58,9 %.
4. Penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel perantara dengan nilai sebesar 0,604.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variabel eksogen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini mengingat terdapat variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah

DAFTAR PUSTAKA

- Dhycana. 1 Agustus 2008. *Manajemen Pemasaran Bank*, (Online), (<http://dhycana.wordpress.com>, diakses tanggal 13 Juni 2011)
- Engel, James F, dkk. 1993. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Terjemahan oleh F.X. Budiyanto. 1994. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, James F, dkk. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 2. Terjemahan oleh Budiyanto. 1995. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ferdinand, Augusty. 2005. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : BP UNDIP
- Ghozali, Imam. 2008. *Konsep dan Aplikasidengan Program Amos 16.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta : Media Pressindo
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemendan Kewirausahaan*. Vol 11. hal 59-72
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- Irawan, Handi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan*. Jakarta : Elex Media Computindo
- Iriawan, HOT. 2010. *Ikhtisar Prosedur Sem.*, (Online), (www.google.com, diakses tanggal 15 Juli 2011)
- Karatepe, Osman M. 2005. Customer Complaints And Organizational Responses: The Effects Of Complainants'Perceptions Of Justice On Satisfaction And Loyalty. *International Journal of Hospitality Management*, (Online) Vol. 25, (www.sciencedirect.com, diakses 21 Maret 2010)
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Prenada Media
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo

- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat
- Machmud, Amir dan Rukmana. 2010. *Bank Syariah*. Jakarta : Erlangga
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi. Bandung : Refika Aditama
- Marketers. 18 Februari 2010. *Prospek Perbankan Syariah tahun 2011*, (Online), (<http://themarketeers.com>, diakses tanggal 7 Maret 2011)
- Maxham III, James G. dan Netemeyer, Richard G. 2002. Modeling Customer Perceptions Of Complaint Handling Over Time: The Effects Of Perceived Justice On Satisfaction And Intent. *Journal of Retailing*, (Online), Vol 78, (www.emeraldinsight.com, diakses 21 Oktober 2010)
- Merry dan Aziz, Nasru A. 28 Februari 2011. *BSM Terima Penghargaan*. (Online), (www.kompas.com, diakses 19 Maret 2010)
- Moenir, A. S. 1992. *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Muhammad. 2005. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta : Ekonista
- Nasution, S. 2006. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara
- Prasetijo, Risriyanti dan I Halauw, John. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi
- Purnadi, Rohmat. 2010. "Metodologi Survey ICSI". *SWA*, 4-13 Oktober 2010, hal 27-56
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Ruslan. 25 Februari 2010. *Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*, (Online), (<http://cintasyariah.wordpress.com>, diakses 20 Februari 2011)
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandi. 2001. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Elex Media Computindo
- Seffy, Virnanda T. dkk. Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Komplain dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas. *Jurnal Ekonomi*, (Online), (www.google.co.id, diakses 11 Mei 2010)
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia

- Sunarto. 2006. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing*, (Online), (www.google.com, diakses tanggal 10 April 2011)
- Tanty, Fazaris. 14 April 2010. 2011, *BI Targetkan Pertumbuhan Ekonomi 7 %*, (Online), (www.waspada.co.id, diakses tanggal 5 Februari 2011)
- Timm, Paul R, 2005. *Customer Service*. New Jersey : Pearson Prentice Hall
- Tim Penyusun.2006.*Panduan Penulisan dan Penilaian Skripsi Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya:UNESA Press
- Tim Penyusun.2011. *Pelatihan Pengolahan Data Dengan SPSS dan Amos. Makalah disajikan dalam Seminar Pelatihan Alat Analisis Data Statistik*. Surabaya 21-22 Januari 2011
- Tjiptono, Fandi dan Diana, Anastasia. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta : J dan J Learning
- Tjiptono, Fandi dan Diana, Anastasia. 2003. *Total Quality Management*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandi. 2003. *Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregorius. 2007. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandi, Chandra, Gregorius dan Dadi, Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi
- Umar, Husain. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Wijanto. 2008. *Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8 : Konsep dan Tutorial*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- www.bi.go.id diakses tanggal 7 Maret 2011
- www.detik.com diakses tanggal 7 Maret 2011
- www.muamalatbank.com diakses tanggal 7 Maret 2011
- www.wikipedia.com diakses tanggal 19 Maret 2011