

**PERAN KEPUASAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH IMPLEMENTASI
SERVICE EXCELLENCE TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PT.BANK MANDIRI, TBK KOTA BANYUWANGI**

Hardian Dwi Utomo

Fakultas Ekonomi Universitas Jember
Hardian.utama1987@gmail.com

Bambang Irawan

Fakultas Ekonomi Universitas Jember
b_irawan24@ymail.com

Diah Yulisetiari

Fakultas Ekonomi Universitas Jember
diah.yulisetiari2@gmail.com

Abstract: *This study aims to identify and examine the role of customer satisfaction in mediating the effects of service excellence implementation on customer loyalty of PT Bank Mandiri Tbk, Banyuwangi. The sample consisted of 240 active customers. Structural Equation Modelling was used to test the hypothesis. Results show that: (a) ability, attitude, appearance, attention, action, and responsibility have positive effect on customer satisfaction and loyalty, (b) customer satisfaction has positive effect on customer loyalty, and (c) customer satisfaction mediates the effect of service excellence implementation on customer loyalty.*

Keywords: *Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action, Responsibility, Satisfaction, Loyalty*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji peran kepuasan dalam memediasi pengaruh implementasi *service excellence* terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri Tbk Kabupaten Banyuwangi. Sampel penelitian terdiri dari 240 pelanggan aktif. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (a) kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, (b) kepuasan berpengaruh positif pada loyalitas, dan (c) kepuasan memediasi pengaruh implementasi *service excellence* terhadap loyalitas.

Kata Kunci: Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan, Tanggung Jawab, Kepuasan, Loyalitas

Pendahuluan

Pelayanan prima diidentifikasi sebagai suatu bentuk pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian terhadap pelanggan, adanya upaya melayani dengan tindakan terbaik dan ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu (Barata, 2004:26). Upaya memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas konsumen, perbankan dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima (*service excellence*) yang dijelaskan oleh Barata (2004:31). Pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 6 unsur pokok, antara lain: kemampuan (*Ability*), sikap (*Attitude*), penampilan (*Appearance*), perhatian (*Attention*), tindakan (*Action*), dan tanggung jawab (*Accountability*).

Kemampuan (*ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan *public relation* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan keluar organisasi. Sikap (*attitude*) adalah perilaku atau perangai yang harus ditonjolkan dalam menghadapi konsumen. Penampilan (*apperance*) adalah penampilan seseorang, baik bersifat fisik saja maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain. Perhatian (*attention*) adalah kepedulian penuh terhadap konsumen, baik berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan konsumen maupun perhatian atas kritik dan sarannya. Tindakan (*action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada konsumen. Tanggung jawab (*accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada konsumen sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan konsumen (Barata, 2004:31). Kepuasan yang tercipta dalam diri konsumen secara otomatis akan menciptakan loyalitas.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang

akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan pelanggan lain. Bahkan menurut penelitian, pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan 3 - 5 orang kawannya, tetapi jika mereka tidak puas maka mereka akan bercerita kepada 10 - 15 orang lainnya. Oleh karena itu penting sekali arti dari kepuasan pelanggan untuk referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Kepuasan nasabah adalah tanggapan pelanggan terhadap kebutuhan-kebutuhannya. Hal ini berarti bahwa penilaian terhadap suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah atau melebihi harapan pelanggan. Menurut Kasmir (2008 : 238) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah merupakan penilaian dari pelanggan atau penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Tjiptono (2008 : 349) mengemukakan bahwa kepuasan adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Tjiptono (2008;17) menyatakan bahwa kepuasan konsumen harus disertai loyalitas konsumen. Konsumen yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word mount advistiser*, namun juga kemungkinan besar loyal pada portofolio produk atau jasa perusahaan untuk jangka waktu yang lama. Kesetiaan (*loyalitas*) di dunia pemasaran merupakan keadaan yang sedang dicari oleh para pemasar saat ini. Bagi pemasar, kesetiaan konsumen menjadi ukuran kelangsungan perusahaan ataupun industri, termasuk juga sektor perbankan.

Bank merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk dana pihak ketiga yang berupa kredit atau pinjaman, serta menawarkan jasa-jasa lainnya. Sedangkan lembaga keuangan itu sendiri menurut undang-undang adalah semua badan usaha yang melalui kegiatan-kegiatan di bidang keuangan yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat. Pada dasarnya, bank merupakan lembaga perantara antara sektor yang kelebihan dana (surplus) dengan sektor yang kekurangan dana (defisit).

Persaingan industri perbankan khususnya di Kota Banyuwangi, PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi merupakan salah satu bank yang harus

bersaing dengan bank-bank lain yang ada di Kota Banyuwangi. Dalam melaksanakan kegiatan penyediaan jasa perbankan bagi para nasabahnya, PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi tentunya dihadapkan pada beberapa masalah yang menyangkut kegiatan operasionalnya. Permasalahan tersebut paling sering dihadapi oleh bagian *frontliner* dikarenakan pelayanan pada bank lebih difokuskan pada bagian tersebut. Masalah-masalah tersebut dapat menyebabkan munculnya rasa ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan pihak bank. Masalah krusial yang terjadi adalah banyaknya bank-bank yang menawarkan produk serupa serta lokasi bank yang jauh dari jangkauan masyarakat, membuat PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi harus bisa memberikan pelayanan terbaiknya agar bisa berbeda dan unggul dari bank lain, terutama karena Bank Mandiri selama 7 tahun lebih telah menjuarai predikat bank dengan pelayanan prima terbaik. PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi tertantang untuk mempertahankan predikat tersebut. Karena mempertahankan lebih sulit daripada meraih, Maka PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi diharapkan mampu mempertahankan predikat tersebut, dengan memberikan pelayanan prima yang terbaik khususnya pada bagian *frontliner*, sebab apabila pelayanan prima tidak ditingkatkan, kemungkinan konsumen akan berpaling ke bank lain yang dapat memberikan pelayanan lebih baik.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji: (1) Pengaruh kemampuan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (2) Pengaruh kemampuan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (3) Pengaruh sikap *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (4) Pengaruh sikap *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (5) Pengaruh penampilan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (6) Pengaruh penampilan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (7) Pengaruh perhatian *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (8) Pengaruh perhatian *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (9) Pengaruh tindakan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (10)

Pengaruh tindakan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (11) Pengaruh tanggungjawab *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (12) Pengaruh tanggungjawab *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (13) Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi; (14) Peranan kepuasan dalam memediasi pengaruh implementasi *service excellence* terhadap loyalitas.

Metodologi

Penelitian ini termasuk dalam penelitian penjelasan (*explanatory research*) karena penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan pengaruh atau hubungan antara variabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan (Singarimbun dan Effendi, 2009:5). Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif di Bank Mandiri Kota Banyuwangi. Sampel penelitian diambil dari jumlah indikator x 10, sehingga jumlah sampel minimal adalah $24 \times 10 = 240$. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh melalui kuesioner. Sumber data primer adalah objek penelitian yaitu responden *frontliner* PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. Data Sekunder, yaitu data yang pengumpulannya dilakukan oleh pihak lain berupa data olahan yang memperkuat data primer. Sumber data sekunder adalah sumber-sumber seperti : artikel, internet, jurnal, dan sebagainya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SEM.

Hasil

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada semua variabel laten yang memberikan hasil valid dan reliabel, data *multivariate* normal, tidak terjadi multikolinieritas dan tidak terjadi outlier, maka variabel dapat dilanjutkan dengan uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas pelayanan prima (kemampuan, sikap, penampilan, tindakan, dan tanggungjawab), kepuasan dan loyalitas nasabah.

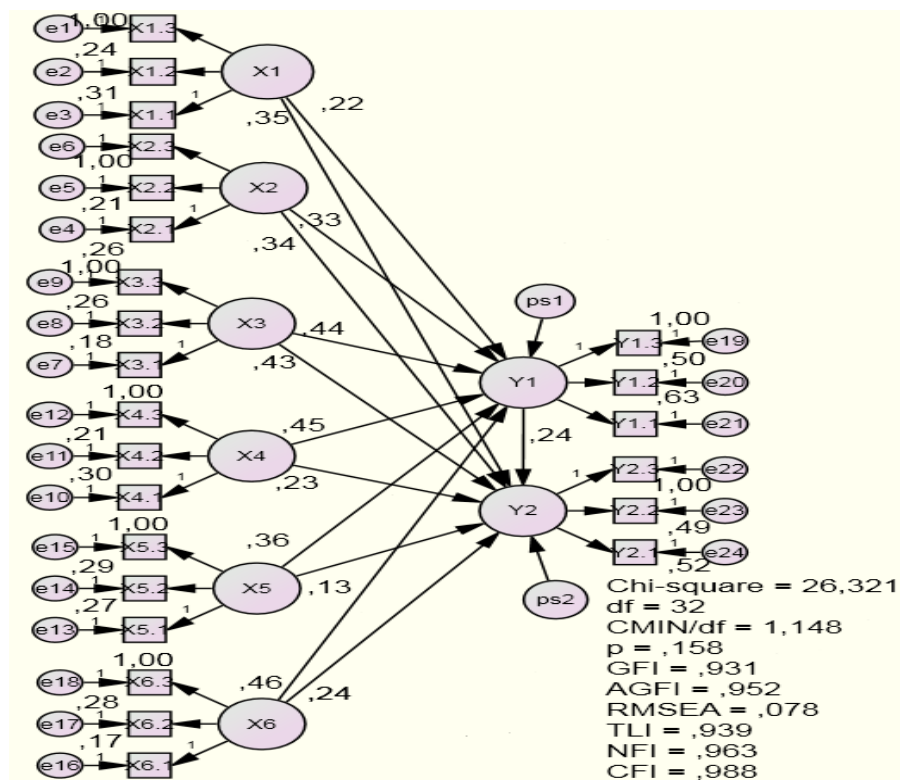
Pengujian model pada SEM bertujuan untuk melihat kesesuaian model dengan data dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Indeks Kesesuaian SEM

Kriteria	Nilai Cut Off	Hasil Perhitungan	Ket
Chi Square	Diharapkan kecil (< X2 dengan df = 32)	26,321 Prob = 0,158	Baik
Sign. Probability	$\geq 0,05$	0,158	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,078	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,931	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,952	Baik
CMIN/DF	≤ 2 atau 3	1,148	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,939	Marjinal
CFI	$\geq 0,95$	0,988	Baik

Sumber: Lampiran 5, data diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 1. diketahui bahwa dari delapan kriteria yang digunakan untuk menilai layak atau tidaknya suatu model ternyata tujuh kriteria terpenuhi, dengan demikian dapat dikatakan model dapat diterima, yang berarti ada kesesuaian antara model dengan data. Hasil pengujian dengan program AMOS memberikan hasil model persamaan struktural yang menunjukkan hubungan antar variabel laten seperti Gambar 1.



Gambar 1 Pengaruh kemampuan, sikap, penampilan, tindakan, dan tanggungjawab terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah

Sumber: Data diolah, 2015.

Uji Kausalitas

Setelah dilakukan pengujian kesesuaian model penelitian, maka langkah selanjutnya adalah menguji kausalitas hipotesis yang dikembangkan dalam model penelitian tersebut. Pengujian koefisien jalur secara rinci disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengujian Kausalitas

Variabel	Koefisien Jalur	C.R	Probabilitas	Keterangan
$X_1 \rightarrow Y_1$	0,221	2,533	0,022	Signifikan
$X_1 \rightarrow Y_2$	0,347	2,333	0,013	Signifikan
$X_2 \rightarrow Y_1$	0,332	2,322	0,011	Signifikan
$X_2 \rightarrow Y_1$	0,336	2,442	0,014	Signifikan
$X_3 \rightarrow Y_1$	0,443	2,249	0,022	Signifikan
$X_3 \rightarrow Y_1$	0,435	2,786	0,012	Signifikan
$X_4 \rightarrow Y_1$	0,453	2,549	0,033	Signifikan
$X_4 \rightarrow Y_1$	0,225	2,415	0,006	Signifikan
$X_5 \rightarrow Y_1$	0,365	2,646	0,024	Signifikan
$X_5 \rightarrow Y_1$	0,134	2,786	0,027	Signifikan
$X_6 \rightarrow Y_1$	0,456	2,565	0,015	Signifikan
$X_6 \rightarrow Y_1$	0,235	2,415	0,018	Signifikan
$Y_1 \rightarrow Y_2$	0,253	2,460	0,038	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2015.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap nasabah penabung PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, ternyata sebagian besar responden memberikan penilaian yang sangat baik. Permasalahan atau hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan persamaan (regresi pendekatan konfirmatori) dengan menggunakan program AMOS 5.0.

1. Pengaruh Kemampuan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kemampuan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,022. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kemampuan *frontliner* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kemampuan yang dimiliki oleh *frontliner* dalam melayani nasabah, maka kepuasan akan semakin meningkat, sebaliknya semakin menurun kemampuan yang dimiliki oleh *frontliner* dalam melayani nasabah maka kepuasan akan menurun

2. Pengaruh Kemampuan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kemampuan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,013. Sehingga hipotesis ke dua yang menyatakan bahwa kemampuan *frontliner* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kemampuan yang dimiliki oleh *frontliner* dalam melayani nasabah, maka loyalitas akan semakin meningkat, sebaliknya semakin menurun kemampuan yang dimiliki oleh *frontliner* dalam melayani nasabah maka loyalitas akan menurun

3. Pengaruh Sikap Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel sikap yang merupakan bagian dari pelayanan prima berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,011. Sehingga hipotesis ke tiga yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik sikap yang ditunjukkan oleh *frontliner* dalam melayani nasabah, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika sikap yang ditunjukkan kepada nasabah menurun atau tidak baik, maka kepuasan nasabah akan menurun.

4 Pengaruh Sikap Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,014. Sehingga hipotesis ke empat yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik sikap yang ditunjukkan oleh *frontliner* dalam melayani nasabah, maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika sikap yang

ditunjukkan kepada nasabah menurun atau tidak baik, maka loyalitas nasabah akan menurun.

5. Pengaruh Penampilan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel penampilan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,022. Sehingga hipotesis ke lima yang menyatakan bahwa penampilan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik penampilan yang ditunjukkan oleh *frontliner* dalam melayani nasabah, maka kepuasan akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika semakin buruk penampilan yang ditunjukkan oleh *frontliner* dalam melayani nasabah, maka kepuasan akan semakin menurun.

6. Pengaruh Penampilan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel penampilan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,012. Sehingga hipotesis ke enam yang menyatakan bahwa penampilan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima.

7. Pengaruh Perhatian Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel perhatian berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,033. Sehingga hipotesis ke tujuh yang menyatakan bahwa perhatian berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik perhatian yang diberikan oleh *frontliner* dalam melayani nasabah, maka kepuasan akan semakin meningkat. Sebaliknya, semakin sedikit perhatian yang diberikan kepada nasabah, maka kepuasan nasabah akan turun.

8. Pengaruh Perhatian Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel perhatian berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,006. Sehingga hipotesis ke delapan yang menyatakan bahwa perhatian berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik perhatian yang diberikan oleh *frontliner* dalam melayani nasabah, maka loyalitas akan semakin meningkat. Sebaliknya, semakin sedikit perhatian yang diberikan kepada nasabah, maka loyalitas nasabah akan turun.

9. Pengaruh Tindakan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel tindakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,024. Sehingga hipotesis ke sembilan yang menyatakan bahwa tindakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik tindakan yang ditunjukkan oleh karyawan dalam melayani nasabah, maka kepuasan akan semakin meningkat. Sebaliknya jika tindakan yang ditunjukkan menurun, maka kepuasan nasabah akan menurun.

10. Pengaruh Tindakan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel tindakan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,027. Sehingga hipotesis ke sepuluh yang menyatakan bahwa tindakan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik tindakan yang ditunjukkan oleh karyawan dalam melayani nasabah, maka loyalitas akan semakin meningkat. Sebaliknya jika tindakan yang ditunjukkan menurun, maka loyalitas nasabah akan menurun.

11. Pengaruh Tanggungjawab Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel tanggungjawab berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,015. Sehingga hipotesis ke sebelas yang menyatakan bahwa tanggungjawab berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik tanggungjawab yang dimiliki oleh karyawan dalam melayani nasabah, maka kepuasan akan semakin meningkat. Sebaliknya, semakin buruk tanggungjawab yang diberikan, maka kepuasan nasabah akan turun.

12. Pengaruh Tanggungjawab Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel tanggungjawab berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,018. Sehingga hipotesis ke dua belas yang menyatakan bahwa tanggungjawab berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik tanggungjawab yang dimiliki oleh karyawan dalam melayani nasabah, maka loyalitas akan semakin meningkat. Sebaliknya, semakin buruk tanggungjawab yang diberikan, maka loyalitas nasabah akan turun.

13. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung di PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,038. Sehingga hipotesis ke tiga belas yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi rasa kepuasan nasabah, maka loyalitas akan semakin

meningkat. Sebaliknya, semakin rendah kepuasan yang dirasakan nasabah, maka loyalitas nasabah akan turun.

14. Peranan Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Implementasi *Service Excellence* Terhadap Loyalitas.

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas. Kepuasan juga berpengaruh terhadap loyalitas. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan memiliki peranan memediasi pengaruh implementasi *service excellence* terhadap loyalitas. Artinya bahwa responden memberikan loyalitasnya karena kepuasan yang dirasakan karena adanya pelayanan prima yang diberikan oleh *front liner* PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil studi dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1). Kemampuan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 2). Kemampuan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 3) Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 4).Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi.. 5).Penampilan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 6).Penampilan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 7). Perhatian berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 8).Perhatian berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 9).Tindakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 10).Tindakan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 11).Tanggungjawab berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 12). Tanggungjawab berpengaruh positif signifikan

terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 13). Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. 14). Kepuasan bisa memediasi pengaruh implementasi *service excellence* terhadap loyalitas.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran, antara lain:

1. Diharapkan PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi dapat mempertahankan dan atau meningkatkan pelayanan prima yang terbentuk saat ini, dan meningkatkan mutu layanan yang lebih baik kepada nasabah sehingga bisa mempertahankan nasabah untuk tetap menggunakan jasa PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi.
2. Untuk menciptakan kesetiaan nasabah agar tetap menggunakan produk PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi, maka bank harus mengutamakan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan nasabah dalam menabung seperti pelayanan, produk dan suku bunga yang berpengaruh besar terhadap pengambilan keputusan. PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi diharapkan dapat menambah jaringan baru sehingga mampu menjangkau semua nasabah.
3. Peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian agar diperoleh hasil yang beragam mengenai pelayanan prima, kepuasan dan loyalitas.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambah variabel lain untuk mengukur kepuasan nasabah selain variabel pelayanan prima seperti *customer relationship marketing*, dan kualitas jasa.

Daftar Pustaka

- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar-dasar pelayanan prima*. Elexmedia Comatindo. Jakarta
- Erna *et al.*2013. Analisis Pengaruh Pelayanan Prima, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan PT. Bank Mandiri PERSERO Tbk. Di Jakarta Pusat. *Jurnal Online*

Ferdinand, Augusty. 2002. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Tesis. Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro. Semarang.

Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Kesebelas*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Singarimbun, M. dan Effendi, S. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Cetakan. Kedelapanbelas, Penerbit Pustaka LP3ES, Jakarta

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.