

Vol. 3 • No. 2 • Juli 2023

Page (Hal.) : 1161 – 1168

ISSN (online) : 2746 - 4482

ISSN (print) : 2746 - 2250

© LPPM Universitas Pamulang

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : humanisproceedings@gmail.com



Special Issue :

Webinar Nasional
HUMANIS 2023

Website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Kabupaten Mamuju

Risma Nurfitriyah¹⁾ dan A.Faisal²⁾

*Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma, Indonesia
rismanurfitriyah06@gmail.com; afaisal@universitassuryadarma.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan Customer Service sebagai cara untuk mempertahankan loyalitas nasabah karena secara ilmiah memiliki pengaruh yang signifikan pada nasabah. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini agar kiranya digunakan sebagai acuan peneliti berikutnya. Hasil koefisien determinasi dan kontribusi dari faktor-faktor dependen terhadap independen diperlukan adanya penelitian lanjutan untuk mengetahui indikasi pengaruh dari variabel lain seperti promosi, kualitas produk dan berbagai variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Kualitas, Customer Service, Loyalitas

Abstract

This research aims to improve the Quality of Customer Service as a way to maintain customer loyalty because it scientifically has a significant influence on customers. The data collection methods used are observation, questionnaires, and documentation. The results of this study should be used as a reference for the next researcher, the results of the coefficient of determination and the contribution of dependent factors to independent are needed further research to determine indications of the influence of other variables such as promotion, product quality and various other variables that have an influence on customer loyalty.

Keywords: Quality, Customer Service, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan Islam merupakan fenomena yang menarik bagi kalangan akademisi maupun praktisi, yang telah banyak terhadap mereka yang melaksanakan kajian-kajian pada praktek perbankan Islam sebagai alternatif terhadap sistem keuangan internasional yang memberikan segala peluang upaya dalam penyempurnaan sistem keuangan internasional (Zaitun, 2001:1). Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Perkembangan dunia perbankan juga terjadi di Ibu kota Provinsi Sulawesi Barat tepatnya di Kabupaten Mamuju. Paradigma ini ditandai dengan hadirnya berbagai macam lembaga keuangan perbankan seperti Bank Indonesia (BI), Bank Rakyat Indonesia (BRI),

Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri dan beberapa bank lainnya. Adanya berbagai lembaga keuangan perbankan di Kabupaten Mamuju menghadirkan persaingan untuk merebut nasabah sebagai mitra dalam menjalankan bisnis dalam dunia perbankan. Untuk bertahan dan berkembang para pelaku dunia perbankan harus mampu memenuhi kebutuhan nasabah serta mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi atas keluhan dan keinginan nasabah karena jika tidak nasabah memiliki banyak alternatif untuk berpindah ke bank lain. Oleh karena itu, setiap lembaga perbankan harus mampu memenuhi harapan nasabah sebagai mitra dalam menjaga kelangsungan bisnis perbankan agar keberadaan usaha yang dilakukan tetap dapat bertahan ditengah sengitnya persaingan perebutan nasabah yang dilakukan oleh lembaga jasa keuangan lainnya.

PT. Bank Syariah Mandiri Mamuju dalam melaksanakan fungsinya telah meluncurkan beberapa produk seperti produk gadai emas, cicil emas, tabungan umrah, tabungan haji, tabungan berencana dan beberapa produk lainnya. Hal ini didukung dengan promosi yang dilakukan oleh pihak bank melalui media brosur serta pendekatan personal kepada pihak-pihak yang dianggap memiliki potensi yang kuat untuk menjadi nasabah serta tambahan cross selling bagi teller yang berhubungan langsung dengan nasabah. Salah satu upaya yang cukup menarik dalam mengejar target adalah prudok haji dimana bagi nasabah yang berhasil mencapai top up berhak mendapatkan special gift.

Selain beberapa produk diatas PT. Bank Mandiri Syariah Mamuju memberikan fasilitas tambahan bagi nasabah yang baru ingin bergabung dengan fasilitas daftar online yang didukung dengan wifi gratis yang di sediakan di lobi kantor. Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah dengan harapan memberikan kenyamanan hingga nasabah menjadi loyal dan tidak ingin berpindah ke bank lain.

Peningkatan kualitas pelayanan juga dilakukan khususnya pada pelayanan Customer service sebagai ujung tombak dalam pelayanan kepada nasabah sebagai mitra, dengan memberikan pelayanan yang maksimal melalui sambutan terhadap nasabah, melayani keluhan secepat mungkin serta memberikan informasi perkembangan kepada nasabah secara langsung sebagaimana tugas maupun fungsi customer service sendiri itu sendiri sebagai deskman, receptionist, salesman, relation officer serta komunikator.

Selain tugas dan fungsi diatas customer service juga harus membujuk nasabah agar mau menggunakan produk yang ada di PT. Bank Mandiri Syariah Mamuju. petugas customer service juga mempunyai tugas penting pada saat akan melayani nasabah yang datang yaitu memberikan pelayanan yang baik berupa memberikan senyum, salam dan sapa. Tujuan dari memberikan senyum, salam dan sapa adalah agar nasabah yang datang di PT. Bank Mandiri Syariah Mamuju merasa nyaman dan dekat dengan pihak bank.

Dalam penerapannya PT. Bank Bank Mandiri Syariah Kabupaten Mamuju juga menerapkan standar umum sebagaimana yang diuraikan diatas seperti memberi salam, menyapa dengan ramah dan melayani kebutuhan nasabah semaksimal mungkin dengan memberikan penjelasan sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga dapat penulis pahami bahwa customer service memiliki peranan penting dalam meningkatkan nasabah pada Bank Mandiri syariah Mamuju.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk membuktikan secara ilmiah tentang pengaruh customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah melalui penelitian berdasarkan fakta lapangan yang terjadi pada dinamika kerjanya. Untuk itu, peneliti menyimpulkan yaitu peneltian ini dengan judul "Analisis Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Syariah Kabupaten Mamuju"

Bertitik tolak dari latar belakang masalah tersebut maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan dianalisa dan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan customer service berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Kabupaten Mamuju?
2. Apakah terdapat hubungan korelasi antara kualitas pelayanan customer service dengan loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Kabupaten Mamuju ?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Kabupaten Mamujudan

untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan customer service dengan loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Kabupaten Mamuju.

KAJIAN LITERATUR

Undang-Undang Nomor.10 Tahun 1998 mengenai perbankan, pasal 1 "adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak".

"Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat yang berupa simpanan serta menyalurkannya ke masyarakat berbentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak".

Kasmir (2008:25) yang mengungkapkan bahwa "Bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usaha yaitu menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat dan memberikan jasa-jasa bank lainnya".

Dendawijaya (2005:14) mengungkapkan bahwa "Bank merupakan suatu badan usaha yang tugas utamanya ialah sebagai lembaga perantara keuangan (Financial Intermediaries) yang menyalurkan dana dari pihak yang kelebihan dan (Surplus Unit) kepada pihak yang lembaga perantara keuangan (Financial Intermediaries) yang menyalurkan dana dari pihak yang kelebihan dan (Surplus Unit) kepada pihak yang membutuhkan dana atau kekurangan dana (Deficit Unit) dalam waktu yang telah ditentukan".

Yusdani (2005:5) antara lain: prinsip keadilan yang tercermin dari penerapan atas imbalan dasar yaitu bagi hasil serta pengambilan margin keuntungan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak bank dan nasabah.

Sudarsono (2012:45) menyatakan bank Syariah memiliki fungsi yang berbeda dengan bank Konvensional. Peran dan fungsi bank Syariah ialah tertantum sesuai dengan pembukaan standars akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (accounting and auditing organization for islamic financial institution. Mengungkapkan bank syariah memiliki beberapa tujuan yaitu: dalam mengarahkan kegiatan ekonomi umat dalam bermuamalat secara islam khususnya Muamalah yang berhubungan dengan perbankan untuk terhindar dari praktek-praktek riba maupun jenis usaha lainnya yang mengandung unsur Gharar atau tipuan.

Pengertian customer service secara umum merupakan kegiatan yang diperuntukkan serta ditujukan kepada seseorang agar memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang diberikan oleh seseorang. Artinya setiap customer service harus melayani segala keperluan yang dibutuhkan oleh nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan salahsatunya yaitu menerima keluhan maupun masalah yang dihadapi oleh nasabah.

Pendapat Yanti (2013:42) mengungkapkan bahwa "Fungsi dan tugas customer service harus benar-benar dipahami agar dapat menjadikan tugas secara prima". Fandy Tjiptono (2012:157) mengungkapkan mengenai kualitas pelayanan yaitu "kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang mampu diberikan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan".

Pendapat lain dikemukakan oleh Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:270) yaitu "kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan serta pengendalian atas segala keunggulan tersebut dalam memenuhi keinginan pelanggan". Mauludin (2013:67) yang mengungkapkan bahwa "kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan serta harapan dari seorang pelanggan atas layanan yang diterima atau diperoleh".

Saleh (2010:106) menyatakan bahwa unsur-unsur kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut :Penampilan, yang mana personal serta fisik sebagai mana layanan kantor depan (resepsionis) membutuhkan suatu persyaratan seperti berpenampilan badan harus tegap/tidak cacat, menarik, tutur bahasa yang menarik, familiar dalam berperilaku serta penampilan dengan penuh percaya diri, tepat waktu dan janji, kesediaan dalam melayani, keahlian serta pengetahuan, ramah tamah dan kesopanan, kepercayaan dan kejujuran, kepastian hukum, keterbukaan, kesederhanaan serta kejelasan informasi pada masyarakat,

efisiensi serta efektivitas menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat serta tepat seta kualitas tinggi.

Ratih (2010:129) merupakan komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam agar berlangganan kembali dalam melakukan pembelian ulang produk maupun jasa yang terpilih secara konsisten dimasa akan datang, sehingga pengaruh usaha-usaha maupun situasi pemasaran harus memiliki potensi agar membuat perubahan perilaku. Butler (2005:135) mengungkapkan bahwa "Loyalitas dapat diartikan sebagai keputusan pelanggan dalam suka rela dalam berlangganan dengan perusahaan tertentu pada jangka waktu yang lama". Ratih Hurriyati (2010:134) untuk meningkatkan kepuasan tersebut, perusahaan perlu menambah nilai yang dapat membuat pelanggan mendapat apa yang ingin pelanggan bayar atau lebih dari yang diharapkan oleh nasabah, agar nasabah dapat bertahan serta mengarah pada pembelian ulang, proporsi, rekomendasi yang dapat meningkat.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data kualitatif, merupakan data yang disajikan berbentuk kata verbal bukan berupa angka. Yang termasuk data kualitatif pada penelitian ini adalah gambaran umum obyek penelitian yang meliputi sejarah singkat perusahaan, visi misi, struktur organisasi serta data lainnya yang terkait.
2. Data kuantitatif, merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi maupun penjelasan yang dapat dinyatakan dalam bentuk bilangan atau berbentuk angka. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah jumlah nasabah dan hasil angket.

Sedangkan mengenai sumber data yang dibutuhkan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer, merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti atau petugasnya dari sumber pertamanya. Dimana sumber data primer dalam penelitian ini merupakan pegawai PT. Bank Mandiri Kabupaten Mamuju.
2. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dengan kata lain data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs internet yang berhubungan dengan penelitian.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bank syariah mandiri di Kabupaten Mamuju. Jln. Urip sumoeharjo NO.44. Waktu yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini selama dua bulan, mulai dari April sampai dengan Juni 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel yang digunakan dalam menjawab setiap kuisisioner penelitian yang diajukan, sebagai berikut:

Menurut Sugiyono (2006:83) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini adalah penambahan nasabah atau selisih jumlah nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Mamuju pada tahun 2021 sebanyak 204 responden. (*sumber data : PT. Bank Mandiri Syariah Mamuju*).

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil menggunakan rumus slovin yang dengan formula sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{204}{1,51}$$

$n = 135$ (dibulatkan)

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = margin error penelitian

Apabila jumlah populasi 204 dengan margin error 10% maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 135 responden (dibulatkan) pengambilan sampel menggunakan tehnik simple random sampling atau pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dalam hal ini adalah nasabah PT. Bank Mandiri Syariah Kabupaten Mamuju.

Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian yakni pada PT. Bank Syariah Mandiri Kabupaten Mamuju
2. Kuesioner, yaitu membuat daftar pernyataan yang dibagikan kepada setiap responden yang menjadi sampel penelitian.
3. Dokumentasi, yaitu pengumpulan data berdasarkan catatan dan laporan tertulis lainnya yang berkaitan dengan variabel penelitian ini.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan adalah Analisis Regresi Linier sederhana dengan bantuan SPSS Program. Menurut Sugiyono (2014:270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen, dengan formula sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Di mana :

Y	=	Loyalitas Nasabah
a	=	Nilai Konstanta
b	=	Koefisien Regresi
X	=	Kualitas Pelayanan Customer Service
e	=	Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agar penelitian ini menjadi akurat, pengambilan data juga dilakukan dengan mengidentifikasi identitas responden yang menjadi sampel penelitian. Sampel dilakukan dengan metode accidental sampling yaitu pengambilan sampel secara kebetulan atau siapapun yang ditemui dan merupakan nasabah yang menggunakan jasa PT. Bank Mandiri Syariah Kabupaten Mamuju. Identifikasi identitas responden ini meliputi jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, responden yang menjadi sampel penelitian sebanyak 135 responden terdiri atas 66 Laki-Laki atau 48,9% dan 69 responden perempuan atau 51,1%.

Distribusi identitas responden menurut umur terdiri dari responden yang berumur di bawah 25 tahun sebanyak 54 orang (40%) responden yang berumur antara 25 sampai 35 tahun sebanyak 48 orang (35,6%), responden yang berumur antara 36 sampai 45 tahun sebanyak 30 orang (22,2%), serta responden yang berumur 45 ke atas sebanyak 3 orang (2,2%). Adapun distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan terdiri dari responden yang berpendidikan SMP yaitu 5 orang (3,7%), responden yang berpendidikan SMA sebanyak 45 orang (33,3%), responden yang berpendidikan sarjana sebanyak 77 orang (57,1%) serta responden yang tidak berpendidikan yaitu tidak ada (0).

Pengujian Instrumen Penelitian

cara pengujian ini melalui perbandingan angka r_{hitung} dan r_{tabel} . apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka uji item dianggap valid dan berlaku sebaliknya. Untuk mencari nilai r_{hitung} menggunakan SPSS versi 24.0, selanjutnya untuk mencari nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r sesuai dengan ketentuannya.

Hasil tabel produk *moment* terkait *degree of freedom* (df) = N-2 dimana jumlah N (sampel) = 135, maka didapatkan nilai r tabel = 0,1690. Berikut penjelasan terkait dengan perbandingan nilai r.

Kualitas Pelayanan Customer Service

Hasil penelitian didapatkan angka r hitung untuk variabel X1 Item_1 dengan nilai 0,695, variabel X1 Item_2 dengan nilai 0,715, variabel X1 Item_3 dengan nilai 0,711, variabel X1 Item_4 dengan nilai 0,674 dan variabel X1 Item_5 dengan nilai 0,643, dimana variabel Kualitas Pelayanan Customer Service adalah valid karena nilai r hitung > r tabel.

Loyalitas Nasabah

Hasil penelitian didapatkan angka r hitung untuk variabel X2 item_1 dengan nilai 0,796, variabel X2 Item_2 dengan nilai 0,788, variabel X2 Item_3 dengan nilai 0,757, variabel X2 Item_4 dengan nilai 0,782, variabel X2 dan variabel X2 Item_5 dengan nilai 0,747, dimana hal tersebut menunjukkan pernyataan variabel loyalitas petani adalah valid karena nilai r hitung > r tabel.

Uji Realibilitas

Pengujian ini dilakukan melalui perbandingan cronbach alpha. Adapun ketentuan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Apabila nilai perhitungan SPSS lebih besar dari 0,60 maka disimpulkan kuisisioner yang dimaksud reliabel dan berlaku sebaliknya. Hasil penelitian mendapatkan semua nilai cronbach alpha dari hasil pengolahan data pada SPSS menunjukkan semua angka pada masing-masing variabel memenuhi standar reliabel atau lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu dapat dikatakan instrumen dalam penelitian ini semuanya valid atau memenuhi standar.

Pengujian Analisis Regresi Linear sederhana

Sebelum memulai menghitung hasil analisis regresi adapun rumus mencari t_{tabel} adalah sebagai berikut :

Cara mencari t_{tabel}

Rumus t_{tabel}

$$\begin{aligned} df &= N - K \\ &= 135 - 2 \\ &= 133 \end{aligned}$$

K = jumlah semua variabel baik dependen maupun independen

N = jumlah responden

Jadi, $t_{tabel} = 1,977$ (cara pendapatan nilai dapat dilihat pada tabel t_{tabel})

Uji Analisis Persamaan Regresi Linier Sederhana

Untuk mencari hubungan variabel x terhadap variabel y secara linear maka digunakan persamaan regresi linear sederhana. SPSS 24.0 (Statistical Package for Social Science) adalah program pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini. Output persamaan regresi linear sederhana tersebut ditafsirkan sebagai berikut :

$$Y = 9,937 + 0,594 + e$$

Konstanta

Tabel 1. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Variabel bebas	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Beta	Std Error	Beta	T	Sig
(Constant)	9,937	1,719		5,780	0,000
Kualitas Pelayanan Customer Service (X)	0,594	0,072	0,580	8,219	0,000

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 24.0, 2022

Nilai konstanta pada persamaan regresi linear sederhana sebesar 9,937 yang artinya bahwa jika nilai variabel kualitas pelayanan *customer service* dalam kondisi tetap atau tidak adai perubahan, maka nilai Loyalitas Nasabah adalah sebesar 9,937. $b = 0,594$, yang maknanya apabila variabel Kualitas Pelayanan *Customer Service* meningkat satu satuan, maka loyalitas nasabah memberi peningkatan nilai 0,594 dengan ketentuan variabel loyalitas nasabah tidak berubah atau tetap konstan.

Hasil analisis untuk variabel kualitas pelayanan *customer service* (X), diperoleh nilai Sig = 0,000, dengan batas taraf nilai signifikan $\alpha = 0,05$ dapat diketahui bahwa nilai Sig = 0,000 < $\alpha = 0,05$ dan $t_{hitung} = 8,219 > t_{tabel} = 1,977$. Hal ini memberi makna kualitas pelayanan *customer service* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Kabupaten Mamuju Dengan demikian Hipotesis pertama diterima.

Uji nilai signifikan

Tabel 2. Uji F

ANOVA						
	Model	Suum off Squaress	df	Meaan Squeare	F	sig
1	Regresion	141,421	1	141,421	67,546	,000 ^b
	Residual	278,461	133	2,094		
	Total	419,881	134			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X

Sumber : Hasil olah data SPSS Versi 24.0, 2022

Dengan standar taraf nilai sig < 0,05. Maka penelitian ini dikatakan memnuhi kriteria karena nilai sig = 0,000 berarti sig < dari standar tingkat signifikan 0,05. Sehingga persamaan tersebut sesuai dengan standar yang ditentukan peneliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa berdasar pada analisis data yang telah dilakukan maka peneliti menarik kesimpulan yaitu sebagai berikut, bahwa variabel kualitas pelayanan *customer service* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana terdapat kategori hubungan yang kuat yang menunjukkan bahwa korelasi antara variabel Promosi Sell Get Voucher. Sementara itu jumlah pengaruh variabel kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh besar terhadap loyalitas nasabah.

Kesimpulan atas dasar penelitian diatas berikut saran dan masukan yang penulis sampaikan sebagai berikut.

PT. Bank Syariah Mandiri diharapkan meningkatkan Kualitas Pelayanan Customer Service sebagai cara untuk mempertahankan loyalitas nasabah karena secara ilmiah memiliki pengaruh yang signifikan pada nasabah.

Hasil dari penelitian ini agar kiranya digunakan sebagai acuan peneliti berikutnya, untuk digunakan sebagai referensi dalam mengembangkan dan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang terkait dengan loyalitas nasabah.

Hasil koefisien determinasi dan kontribusi dari faktor-faktor dependen terhadap independen diperlukan adanya penelitian lanjutan untuk mengetahui indikasi pengaruh dari variabel lain seperti promosi, kualitas produk dan berbagai variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
Butler, Christopher. 2005. *The Dynamic Of Leaguage Use*. UK : Jhon Benjamins Publishing.
Sugiono. 2006. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R& D*. Bandung : Alfa Beta.
Dendawijaya, Lukman, 2005. *Manajemen Perbankan*. Bogor : Ghalias Indonesia.
Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi
..... 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi. 3, Yogyakarta, Andi.
Hardiansyah .2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
Kasmir. 2005. *Etika Customer service*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta

-, 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mauludin, Hanif, 2013, *Essay: Analisis Kualitas Pelayanan, pengaruhnya terhadap Citra (Image) Rumah Sakit*. Jakarta: Erlangga
- Palilati, 2004 .“*Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Wilayah Etnik Bugis*”, Analisis, Vol. 1, No.2, hal. 68
- Ratih Hurriyati, 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : ALFABETA
- Saleh., 2010. *Manajemen Pelayanan* . Pustaka Pelajar, Jakarta
- Sudarsono. 2012. “*Bank & Lembaga Keuangan Syariah*” : Deskripsi dan Ilustrasi. Yogyakarta: Ekosoria
- Yanti, 2013. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2013, 1 (2): 39-54 ISSN 0000-0000, ejournal.ilkom.fisip-unmul.org
- Yusdani. 2005. *Perbankan Syariah Berbasis Floating Market*. Millah. Vol. IV, No.2 Januari 2005
- Irianta, Yosol 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*, PT. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Sumber pustaka Undang-undang :*
- Anonym, *Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, Tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 butir 23*. Jakarta: Sinar Grafika.
-, *Undang Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Pasal 1*. Jakarta: Sinar Grafika.