

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMULIHAN LAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA NASABAH BANK MANDIRI DI SURABAYA

Helmi Ruspiantono Putra

Universitas Negeri Surabaya

Helmihell25@gmail.com

Anik Lestari Andjarwati

Universitas Negeri Surabaya

aniklestari@unesa.ac.id

### Abstract

*Analyze in study effect of servis quallity end service recover on loyalty in mediated variable. Technique sampling is non probability with 220 sample respondents. The measuring instrument used is a questionnaire. The measurement scale in this study uses a Likert scale. Analysis tools use path analysis with the AMOS 22 program. The results showed that the relationship between service quality and service recovery variables had a positive and significant effect on loyalty and satisfaction so that mediation was partially proven. Service quality has a positive effect on satisfaction, service recovery has a positive effect on satisfaction, satisfaction has a positive effect on loyalty, service quality has a positive effect on loyalty, and service recovery has a positive effect on loyalty.*

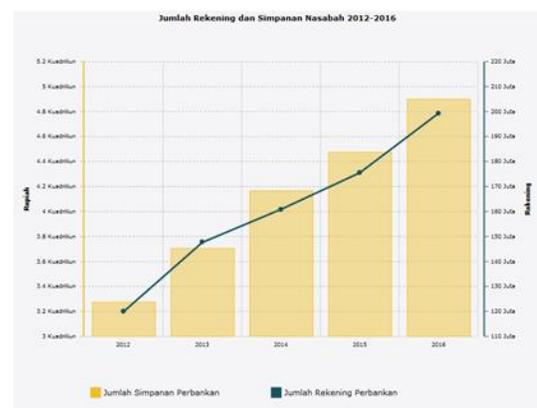
*Keywords: service quality, service recovery, satisfaction, loyalty*

## PENDAHULUAN

Industri jasa merupakan industri dimana sebagian besar dipengaruhi oleh konsumen dan untuk dapat bertahan dalam lingkungan yang kompetitif, industri jasa bergantung pada kualitas jasa yang disediakan (Khan, et al. 2009). Dalam era globalisasi di Indonesia saat ini, perbankan diharuskan siap untuk dapat menghadapi persaingan yang ketat untuk mendapatkan pangsa pasar. Faktor kesuksesan sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan konsumen, karena ketika diberikan servis yang baik, kepuasan bisa didapat, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank (Pontoh et al. 2014). Di Indonesia terdapat berbagai macam bank yang dikelompokkan berdasarkan fungsi dan operasionalnya. Terdapat tiga bank berdasarkan fungsinya yaitu Bank Sentral, Bank Umum, dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Dalam beberapa tahun terjadi peningkatan jumlah tabungan, giro, dan simpanan berjangka. Pada tahun 2016 terjadi peningkatan 13,84 persen pada sector simpanan berjangka, 11,16 persen pada sector tabungan, dan 6,46 pada sector deposito. Hal tersebut beriringan dengan naiknya tingkat keyakinan konsumen Indonesia. Jumlah rekening nasabah

perbankan hingga akhir tahun 2016, juga mengalami peningkatan databoks.katadata.co.id (2017) . Hal tersebut dibuktikan pada gambar 1. Pada gambar 1, dapat diketahui hingga akhir 2016 jumlah rekening nasabah perbankan tumbuh mencapai 199,3 juta rekening atau meningkat 13,56 persen dibanding dengan tahun sebelumnya.



Sumber : databoks.katadata.co.id (2017)

**Gambar 1. JUMLAH REKENING NASABAH PERBANKAN**

Kepuasan merupakan kunci utama untuk membuat konsumen menjadi loyal dan hal tersebut dapat berimbas pada profitabilitas dari sebuah perusahaan. Ada beberapa Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas menurut Zikmund dalam Vanessa (2007:71) yaitu satisfaction(kepuasan), emotional bonding(ikatan emosi), trust(kepercayaan), choice reduction and habit(kemudahan), dan history with the company(pengalaman terhadap perusahaan).

Kualitas layanan menjadi sebuah faktor yang dapat mengakibatkan kepuasan konsumen. Kurangnya kualitas akan mengakibatkan perusahaan pada kerugian kompetitif yang berpotensi dapat mengusir pelanggan yang tidak puas (Lovelock, 2010:152). Lupiyoadi (2014:212) mengemukakan bahwa kualitas produk atau jasa adalah dimana produk atau jasa tersebut berkontribusi sesuai dengan spesifikasi-spesifikasinya. Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relative, yaitu bergantung pada perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Basicnya ada beberapa orientasi kualitas yang seharusnya konsisten antara lain, persepsi konsumen, produk atau jasa, dan proses.

Hasil Survei BSEM di tahun 2016 yang dilakukan oleh Marketing Research Indonesia (MRI) dan sebuah artikel Infobank, Bank Mandiri menjadi pemuncak daftar 10 Bank terbaik dalam pelayanan Prima. Prestasi puncak sebagai The Best Bank Service Excellence tersebut merupakan penghargaan yang diterima oleh Bank Mandiri secara berturut-turut dari tahun 2008. Bank Mandiri merupakan Badan Usaha Milik Pemerintah yang berdiri pada tanggal 2 Oktober 1998. Bank Mandiri merupakan hasil dari penggabungan (merger) dari empat bank, yakni Bank Ekspor Impor Indonesia (Bank Exim), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Bum Daya (BBD), dan Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo) (merdeka.com). Pada tahun 2016 Bank Mandiri mencatatkan namanya pada beberapa penghargaan yang bergengsi diantaranya adalah menjadi bank yang meraih kinerja terbaik dari Majalah Infobank, dalam rating 118 bank versi Infobank 2016, Bank Mandiri mampu mempertahankan kinerjanya yang sangat bagus selama 13 tahun berturut – turut dan Bank mandiri mendapatkan skor tertinggi pada rating Biro Riset Infobank (birI).

Dari tabel 1, dapat diketahui bahwa Bank Mandiri mendapatkan penghargaan atas pelayanan untuk kategori bank konvensional, dan juga selalu berada di posisi tiga besar pada setiap kategori-kategori lainnya. Akan tetapi menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Bank

Mandiri menempati tempat teratas pada pengaduan konsumen dalam tiga tahun terakhir.

Bank Mandiri menjadi bank yang paling sering mengalami pengaduan baik dari permasalahan ATM (Anjungan Tunai Mandiri), pembobolan Kartu Kredit, pelunasan KPR, adanya pendebitan secara sepihak hingga kartu ATM hilang tapi masih digunakan oleh orang lain. Penelitian ini dilakukan di kota Surabaya disebabkan sebanyak 19.376 nasabah prioritas Bank Mandiri yang mayoritas berada di kota Surabaya. Menurut sindonews.com bank Mandiri memiliki sekitar 17juta lebih nasabah yang tersebar di seluruh Indonesia. Di Surabaya, Bank Mandiri memiliki 65 Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan lebih dari 20 kantor cabang dan cabang pembantu yang tersebar di seluruh Surabaya, lebih spesifik lagi penelitian ini dilakukan di Surabaya Wilayah Selatan karena wilayah tersebut memiliki kantor cabang/cabang pembantu terbanyak yaitu sebanyak 21 kantor cabang/cabang pembantu Bank Mandiri.

**Tabel 1.**  
**PENGHARGAAN BANK MANDIRI PADA**  
**MARKPLUS WOW SEA 2016**

Tahun	Penghargaan
2016	Category Conventional Bank (BUKU IV) <i>Bronze Champion of National WOW Service Excellence Award</i>
	<i>Bronze Champion of Java WOW Service Excellence Award</i>
	<i>Bronze Champion of Sulawesi &amp; Papua WOW Service Excellence Award</i>
	<i>Silver Champion of Bali &amp; Kalimantan WOW Service Excellence Award</i>
	<i>Bronze Champion of Sumatera WOW Service Excellence Award</i>

Sumber: (Marketeers, 2017)

## KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Loyalitas Pelanggan

Konsumen yang loyal adalah tujuan utama dari setiap perusahaan, karena dengan konsumen yang loyal maka terjaminlah kehidupan dari sebuah perusahaan (Gaffar, 2007:70). Menurut Oliver dalam Gaffar (2007:70) loyalitas pelanggan adalah berpegang teguh pada sebuah produk dan meyakini produk tersebut sehingga membeli kembali produk atau jasa tersebut secara konsisten sampai masa akan datang. Sedangkan menurut Bothe dalam Gaffar (2007:71)

menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan pelanggan yang terpuaska sehingga mereka dengan sendirinya akan memasarkan dan menawarkan produk atau jasa tersebut kepada orang - orang terdekatnya.

Loyalitas sendiri menurut Sutisna (2003:41) adalah perbuatan suka pada satu merek tertentu yang diwujudkan dengan cara selalu membeli produk atau jasa tersebut secara berulang – ulang. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2000:110) menyatakan bahwa loyalitas konsumen bentuk komitmen pelanggan pada merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah sikap dan komitmen dari pelanggan untuk setia terhadap produk atau jasa dari perusahaan yang didasari oleh rasa puas dan dengan sendirinya konsumen akan menjadi pemarkar dari perusahaan tersebut dengan cara *word of mouth*. Indikator yang akan dipakai disini dalam mengukur variabel loylitas memakai penelitian oleh Ellena (2011), Wibowo (2012) dan Safitri (2011).

### **Kepuasan Pelanggan**

Sumarwan(2011:387) kepuasan ialah efek dari ekspektasi pelanggan sebelum pembelian terhadap ekspektasi produk pasca pembelian. Sehingga kepuasan yakni perasaan konsumen pasca dikonsumsinya barang serta jasa yang diberikan yang dibandingkan dengan harapan konsumen tersebut. Berdasarkan jurnal tersebut diatas, maka dalam penelitian ini untuk menilai variabel kepuasan digunakan penelitian oleh Nasrudin (2015), dan Lovenia (2012).

### **Kualitas Layanan**

Menurut Lupiyoadi (2014:212) mengemukakan bahwa kualitas produk atau jasa adalah sejauh mana produk atau jasa tersebut memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Kualitas layanan adalah ciri karakteristik produk atau jasa dalam isi dan kemampuan dalam memenuhi keinginan kebutuhan dengan tujuan keserasian dalam pemakaian (F.Tjiptono, 2011).

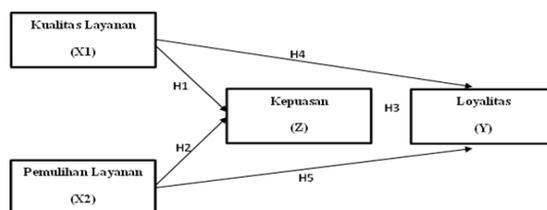
Dari beberapa pengertian tersebut diatas maka dapat disimpulkan kualitas layanan merupakan karakteristik dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan. Sehingga indikator yang digunakan, diambil dari penelitian oleh Khan (2009), Likumaha (2011) dan Lovenia (2012).

### **Pemulihan Layanan**

Lupiyoadi (2014:244) pemulihan layanan berperan penting

pada setiap kepuasan pelanggan. Selain itu pemulihan layanan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar komitmen para penjual pada kepuasan setiap pelanggannya. Zemke dan Bell (1990) dalam Hendratono (2010) mendefinisikan pemulihan layanan sebagai memperbaiki apa yang salah, pemulihan layanan positif membuat kegagalan yang terjadi di awal menjadi tidak lagi signifikan dalam persepsi pelanggan.

Dari definisi tersebut bahwa pemulihan layanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperbaiki apa yang salah dari sebuah pelayanan agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan. Berdasarkan penjelasan jurnal tersebut diatas, maka dalam penelitian ini untuk mengukur variabel pemulihan layanan digunakannya penelitian oleh Chiyung (2007) dan Vinartha *et al* (2015).



Sumber : data diolah peneliti

**Gambar 2. RANCANGAN PENELITIAN**

Hipotesis yang dapat disimpulkan, yakni:

- H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank mandiri di Surabaya.
- H2 : Pemulihan layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank mandiri di Surabaya.
- H3 : Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank mandiri di Surabaya.
- H4 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank mandiri di Surabaya.
- H5 : Pemulihan layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank mandiri di Surabaya.

### **METODE PENELITIAN**

Rancangan penelitian konklusif serta jenis penelitian kausal digunakan di penelitian ini. Sampel teknik yang dipakai ialah nonprobability sampling melalui judgemental sampling method. Lokasi yang dipakai yakni kantor cabang pembantu Bank Mandiri, Surabaya Selatan.

Data yang dikumpulkan menggunakan tehnik pengumpulan kuisioner yang disebar kepada 220 nasabah. Dengan memakai Skala pengukuran menggunakan *likert* dengan beberapa analisis teknik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada 2 Oktober 1998 merupakan tanggal berdirinya Bank Mandiri, salah satu program penyusunan kembali perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah dilebur menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut berperan penting dalam pembangunan perekonomian di Indonesia. Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

Bank Mandiri telah menyediakan beberapa program penanganan keluhan guna untuk memulihkan pelayanan yang gagal yang dilakukan oleh bank mandiri diantaranya adalah akses mandiri call 14000 atau (021) 5299-7777 yang dapat diakses 24 jam, layanan email mandiri untuk setiap keluhan yang dapat disampaikan melalui surat email ke [mandiricare@bankmandiri.co.id](mailto:mandiricare@bankmandiri.co.id), dan juga melalui kantor – kantor cabang atau kantor cabang pembantu yang tersebar di seluruh Indonesia. Ketika terdapat nasabah yang komplain, karyawan Bank Mandiri senantiasa mendengar dan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi. Sikap karyawan yang begitu sopan dan ramah dalam menanggapi keluhan serta karyawan senantiasa selalu menyelesaikan masalah yang timbul. Dalam setiap permasalahan yang ada baik secara langsung maupun tidak langsung, Bank Mandiri telah memiliki *Standar Operasional* dalam menangani sebuah masalah. Untuk nasabah yang mengalami masalah dan datang secara langsung ke Kantor Cabang Bank Mandiri terdekat, maka dalam hal ini karyawan pertama yang menyelesaikan masalah adalah *Customer Service*, *customer service* bertanggung jawab untuk menampung dan memberikan masukan secara procedural, apabila masalah yang dihadapi jauh lebih rumit atau dalam hal *High Risk* maka karyawan harus meminta bantuan terhadap atasan. Bank Mandiri juga memberikan pemulihan layanan bagi para nasabah yang mengalami masalah dalam hal *mobile banking* atau internet banking, yaitu dengan cara membuka *link* email untuk setiap nasabah yang mengalami masalah, sehingga masalah yang dialami oleh nasabah dapat terselesaikan dengan cepat.

Angka Uji validitas pada masing-masing variabel memperlihatkan kevalidan dengan angka 0,361. Angka uji reliabilitas masing-masing variabel memperlihatkan hasil yang reliabel. Sehingga dapat digunakan pada penelitian berikutnya. Dalam Uji normalitas ini dilakukan berdasarkan *critical ratio skewness value* sebesar  $\pm 2,58$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan mempunyai distribusi yang bersifat

normal apabila nilai *critical ratio skewness value* dibawah  $\pm 2,58$ .

**Tabel 2.**  
**HASIL UJI NORMALITAS**

Variable	Min	Max	Skew	C.R.	Kurtosis	C.R.
Kualitas layanan	58	82	0,405	2,454	0,304	0,921
Pemulihan layanan	13	23	-0,172	-1,039	-0,136	-0,412
Kepuasan pelanggan	28	41	-0,095	-0,575	-0,353	-1,070
Loyalitas pelanggan	18	28	0,053	0,319	-0,496	-1,502
<i>Multivariate</i>					0,135	0,144

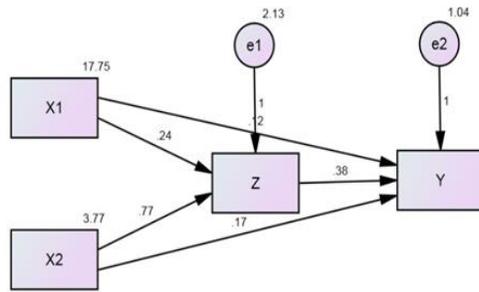
Sumber : Data diolah peneliti

Mengacu pada tabel 2, nilai c.r dan skew pada semua variabel memperlihatkan normal distribution dengan nilai berkisar -2,58 hingga 2,58. Dengan begitu asumsi multivariate normality telah sesuai kemudian data mampu dipergunakan pada pengujian berikutnya.

Uji linearitas dipergunakan sebagai tolak ukur spesifikasi model yang dipakai telah sesuai tidaknya. Setelah dilakukannya uji linearitas, ditemukan angka signifikansi kualitas layanan, pemulihan layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan yakni  $0,000 < 0,05$ , ini berarti variabel yang berhubungan cukup memenuhi serta bersifat linear sehingga mampu dilakukannya pengujian berikutnya.

Mahalanobis d.squared berguna dalam pengukuran jangka poin dari perolehan pengamatan kepada angka centroid Pada Hasil mhalanobis distance terlihat tak ada angka sbagai outlier. Ini disebabkan nilai  $m.d < 18,48$  atau  $\leq 18,48$ . Dan melihat angka  $p2$  tidak ada  $< 0,05$ . Ini berarti data mampu dipergunakan pada pengujian berikutnya. Untuk mengecek terdapat atau tidaknya multikolinieritas pada variable. Hasil d.c.m yakni 98.723, maka didapati tidak terdapat hubungan multikolinieritas.

Setelah itu, dilakukannya uji path analysis. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada Gambar 3. Dilihat nilai koefisien determinasi pada kualitas layanan (X1) serta pemulihan layanan (X2) pada kepuasan pelanggan (Z) yakni 0,606 serta pada kualitas layanan (X1), pemulihan layanan (X2) dan kepuasan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yakni 0,642. Perolehan ketepatan model dari keempat variabel yakni 86% dengan sisa 14% yang mampu diteliti dari variabel-variabel lainnya selain pada model. Model tersebut dapat diubah menjadi persamaan model, dengan perhitungan hasil e1 serta e2 dengan rumus  $e = \sqrt{1 - r^2}$ .



Sumber: Output AMOS (2017)

**Gambar 3. MODEL ANALISIS JALUR**

### Hasil Uji Mediasi

Pada pengamatan ini, didapat adanya partially mediating, dimana hasil uji mediasi pertama membuktikan diantara variabel kualitas layanan signifikan pada variabel kepuasan pelanggan, variabel pemulihan layanan signifikan pada variabel kepuasan pelanggan, variabel kepuasan pelanggan signifikan pada variabel loyalitas pelanggan, variabel kualitas layanan signifikan pada variabel loyalitas pelanggan, serta variabel pemulihan layanan juga signifikan pada variabel loyalitas pelanggan.

### Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri

Diperoleh hasil dari penelitian, terdapat hubungan positif antar Kualitas Layanan (X1) dengan Kepuasan (Z). Ini memperlihatkan jika Kualitas Layanan berhasilkan positive maka kepuasan akan positive. Dengan demikian menjelaskan dengan semakin baiknya Kualitas Layanan yang diberikan oleh Bank Mandiri maka akan dapat meningkatkan kepuasan para nasabah. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis pertama (H1) terbukti kebenarannya.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian Lovelock (2010:152) Kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan kualitas yang bersifat rendah maka dapat menimbulkan kerugian pada sebuah perusahaan, yang berpotensi dapat mengusir pelanggan yang tidak puas. Hasil ini juga mendukung penelitian yang dilakukan Yasmaniar (2008) menunjukkan bahwa kelima dimensi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

### Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri

Terdapat hubungan positif pada hasil penelitian ini antar Pemulihan Layanan (X2) dengan Kepuasan (Z). Dimana hasil uji hipotesis memperlihatkan angka  $c.r\ 12,395 > 2,00$ . Angka probabilitas pemulihan layanan pada Kepuasan  $0,000(p \leq 0,05)$ , maka variabel pemulihan layanan mempunyai pengaruh pada variabel Kepuasan yang terdapat pada Standardized Direct Effect yakni  $0,437$ . Dengan demikian menjelaskan bahwa pemulihan layanan yang diberikan oleh Bank Mandiri dengan baik maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Dan dari hasil tersebut dapat dibuktikan tentang hipotesis kedua (H2) terdapat pengaruh pemulihan layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri di Surabaya terbukti kebenarannya.

Penelitian ini cocok dengan teori oleh Khoiri (2012) yang menjelaskan pemulihan layanan mempengaruhi pada kepuasan. Penelitiannya memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hess, Ganesan, dan Klein (2011) dimana dalam penelitiannya membuktikan hasil signifikan bahwa hubungan antara pelanggan dan perusahaan yang baik dapat menghindari perusahaan dari citra negatif dari pelanggan atas sebuah kegagalan jasa. Hasil ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nasirudin (2015) menunjukkan bahwa *service recovery* (pemulihan layanan) mempunyai pengaruh positif pada kepuasan nasabah.

### Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri

Dengan analisis path, pada penelitian ini diperlihatkan terdapat hubungan positif antar kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Sehingga makin tingginya kepuasan yang dirasa konsumen maka mempengaruhi loyalitas konsumen itu. Ini berarti kepuasan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri, oleh karena itu hipotesis ke-tiga (H3) telah terbukti kebenarannya.

Hasil tersebut mendukung penelitian dari Lovelock (2010:91) dasar dari loyalitas ada pada kepuasan, ketika konsumen puas serta senang dengan pelayanan bisa jadi nilai tambah loyal perusahaan, menjadikan satu apa yang konsumen beli kepada penyedia pelayanan, serta menyebarluaskan isu positif. Begitu juga menurut Sumarwan (2011:390) bahwa konsumen yang puas terhadap produk yang digunakan akan membeli kembali produk tersebut, dengan adanya pembelian yang dilakukan terus menerus pada produk yang sama dapat menunjukkan adanya sifat loyal konsumen tersebut.

### Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri

Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara Kualitas Layanan (X1) dengan loyalitas (Y). dengan demikian apabila Kualitas Layanan positive maka Loyalitas akan positive. Dengan demikian menjelaskan bahwa layanan kualitas yang dikasih Bank Mandiri bagus akan meningkatnya Loylitas nasabah. Sehingga ini mampu memperlihatkan terbuktinya pengaruh antar kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri dan hipotesis keempat (H4) terbukti kebenarannya. Disesuaikan dengan penelitian John Sviokla dalam lupiyoadi (2014:213) kualitas layanan dari perusahaan mampu tercipta persepsi baik oleh konsumen kepada perusahaan dan memberikan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri**

Dengan analisis path diperoleh hasil pada penelitian ini yakni terdapatnya hubungan positif antar pemulihan layanan dengan loyalitas pelanggan, dengan hasil uji hipotesis angka  $c.r\ 3,013 > 2,00$ . Angka probabilitas pemulihan layanan pada loyalitas yakni  $0,003 (p \leq 0,05)$ . Maka terdapat pengaruh yang signifikan antarvariabel pemulihan layanan pada variabel loyalitas yang terdapat dalam Standard. *Direct Effect* yakni 0,285.

Ini memperlihatkan jika pemulihan layanan positif begitu pula dengan loyalitas. Sehingga, semakin baiknya pemulihan layanan Bank Mandiri juga akan memberi peningkatan loyalitas nasabahnya. Maka dapat diketahui bahwa variabel pemulihan layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel loyalitas dari nasabah Bank Mandiri, dan hipotesis kelima telah terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lovelock dkk (2010:122) apabila keluhan dapat dislesaikan dengan baik dan memuaskan, kemungkinan pelanggan akan tetap loyal jauh lebih tinggi daripada pelanggan yang tidak pernah melakukan sebuah keluhan. Hal tersebut juga didukung oleh pendapat Lupiyoadi (2013:244) menjelaskan dalam tempo panjang, sebuah pemulihan pelayanan dapat membuat konsumen menjadi loyal dan hal tersebut dapat menimbulkan profit sebuah perusahaan menjadi baik di masa depan. Begitu juga Mostert, Meyer, dan Rensburg (2009) menunjukkan adanya hasil signifikan bahwa konsumen merasa puas apabila diinformasikan tentang kegagalan jasa yang diterima, serta cara pemulihannya secara baik dan rinci. Hal tersebut merupakan hal penting untuk sebuah hubungan antar perusahaan dan konsumennya.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah selesai dilakukan, simpulan yang dapat ditarik sebagai berikut, yang pertama, adanya pengaruh positive dan signifikan antara Kualitas Layanan pada Kepuasan pada Nasabah Bank Mandiri yang ada di Surabaya, lalu yang kedua adanya pengaruh positive dan signifikan Pemulihan Layanan pada Kepuasan Nasabah Bank Mandiri yang ada di Surabaya, untuk selanjutnya ada pengaruh positif dan signifikan Kepuasan pada Loyalitas Nasabah Bank Mandiri di Surabaya dan yang keempat adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada Kualitas Layanan terhadap Loyalitas pada Nasabah Bank Mandiri yang ada di Surabaya.

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan, di mana variabel yang digunakan penelitian ini dalam mempengaruhi loyalitas dan kepuasan nasabah hanya menggunakan variabel kualitas layanan dan pemulihan layanan, sehingga disarankan bagi peneliti berikutnya semoga dapat menggunakan variabel selain dari ini yakni yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah bank mandiri. Seperti harga, promosi dan masih banyak faktor pendorong kepuasan dan loyalitas lainnya. Terkait dengan keterbatasan tersebut, disarankan juga bagi peneliti selanjutnya dapat menambah lokasi penelitian dan menjabarkan lebih jelas dan detail di setiap penentuan karakteristik responden seperti usia, pekerjaan, pendapatan, dan status pernikahan agar hasil penelitian yang nanti didapatkan dapat menjadi lebih baik lagi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Cahyani, Nofi. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan, Relationship Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Wonosari)
- Dama. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah. *INOVASI*. 2(7).
- DeWitt, Tom. Nguyen, Doan T. dan Marshall, Roger. (2007). Explore Customer Loyalty Follow Service Recover : The Mediation Effect of Trust. *Jurnal of Research*. 3(10)
- Engel. (1995). *Perilaku Konsumen. Volume 1 Jilid 6.*. Jakarta: Bina Aksa.
- Farida, Naili, (2010). Pengaruh Ikatan Hubungan, Citra Perusahaan, Nilai Pelanggan, Kualtas Dan Kepuasan

- Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Pemerintah Di Jawa Tengah. WACANA. 13(2).
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty. Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Hendratono, Tonny. (2010). *Pemulihan Layanan Pada Perusahaan Jasa*. Hospitour. 1(1).
- Hidayat, Rachmad. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 11(1)
- Indriani, Farida. (2009). Strategi Pemulihan Layanan Perbankan. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. 6(2).
- Irawan Handy. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.
- Khan, Mohammed Sadique dan Mahapatra, Siba Sakar. (2009). Service Quality Evaluation Internet Banking: an Empirical Study India. *International Journal Indian Culture and Business Management*. 2(1)
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Likmahua. (2011). Faktor Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Perbankan. *Journal of Business and Banking*. 1(1)
- Lovelock, Wright. (2010). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks
- Lovelock. (2011). *Pemasaran Jasa. Ed 7 jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Lovenia, Chritiana Okky Augusta. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan. Edisi Keempat. Volume 1*. Jakarta: Indeks
- Nasirudin, (2015). Pengaruh Keberhasilan Service Recovery Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang.
- Pontoh, Michael B., Kawet, Lotje dan Tumbuan, Willem A. (2014). Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. *Jurnal EMBA*. 2(3)
- Safitri, Yunita Arum, (2011). Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Konflik, Dan Perannya Terhadap Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. 1 (2).
- Satriyanti, Evi Okatviani. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalt Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. 2(2)
- Setiawan, Ivan Aries, dan Ferdiansyah Ritonga. (2011). Analisis Jalur (Path Analysis) Dengan Menggunakan Program Amos. Bogor: Suluh Media
- Sriwidodo, Untung dan Indriastuti, Rully Tri. (2010). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 10(2)
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Sugiyono. (2010). *Penelitian Kuantitatif dan kualitatif R&D. cetakan kesebelas*. Bandung: Alfabeta, cv
- Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Gala Indonesia.
- Tjiptono dan Chandra. (2011). *Quality and Satisfaction*. Jakarta: Erlanga
- Utami, I Dewa Ayu dan Ni Wayan Ekawati, (2013). Pengaruh Service Recovery Terhadap Kepuasan Pasca Penanganan Keluhan
- Vanessa, Gaffar . (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta
- Vinartha, Raka Yasta. Suprpti, Ni Wayan dan Sukaatmadja, Putu Gede, (2013). Persepsi Keadilan Dalam Pemulihan Layanan Pada Kepuasan Yang Dimoderasi Gender, Serta Dampak Terhadap Niat Mengingat

Kemabli Dan WOM. Jurnal Buletin studi Ekonomi.  
20(2)

Databoks. 2017. Data Pertumbuhan Dana Ketiga.  
(<https://databoks.katadata.co.id/Data-Pertumbuhan-Dana-Ketiga/>. diakses pada 26 januari 2017)

Jatim Antaranews. 2017. Penghargaan Bank Mandiri.  
(<https://jatim.antaranews.com/Penghargaan-Bank-Mandiri>. diakses pada 19 februari 2017)

Sindonews. 2017. Keluhan Nasabah Bank Mandiri.  
(<https://sindonews.com/Home/Keluhan-Nasabah-Bank-Mandiri>. diakses pada 21 februari 2017)