

## **Pengaruh Citra Bank dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan dan Loyaltita Nasabah Tabungan pada Bank NTB Syariah Cabang Mataram**

(Studi Kasus Nasabah Dinas Komunikasi Informatika an Statistik NTB)

**Listya Ayuningsih Surya Pratiwi**

Pascasarjana Universitas Islam Mataram

[190404010.mhs@uinmataram.ac.id](mailto:190404010.mhs@uinmataram.ac.id)

**Muh Salahuddin**

Pascasarjana Universitas Islam Mataram

[email@email.com](mailto:email@email.com)

**Pongky Arie Wijaya**

Pascasarjana Universitas Islam Mataram

[email@email.com](mailto:email@email.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra bank dan penanganan keluhan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah tabungan pada bank NTB Syariah cabang Mataram. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan Teknik probability sampling dengan menggunakan metode total sampling dengan jumlah 30 responden. Variable penelitian ini adalah Citra Bank (X1), Penanganan Keluhan (X2), Kepuasan (M) dan Loyalitas (Y). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier sederhana dan analisis mediasi sederhana dengan bantuan program SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel citra bank X1, penanganan keluhan X2 dapat memediasi kepuasan M terhadap Loyalitas Y hal ini dapat di lihat dari persamaan. regresi.  $\hat{M} = 0.236 + 17.002 (X1)$  dan  $\hat{y} = 0.252 + 0.236 X + 0.903 (X2)$ . Dari Output proses di dapat  $a = 17.002$ ,  $b = 0.903$  dan  $C = 1.347$  karena variable X berbentuk berkategori maka nilai  $a = 17.002$  maka ( $X=1$ , kondisi front page) rata-rata lebih tinggi 17.002 dibanding ( $X=0$ , artikel interior ) dalam mempengaruhi variable pengaruh media ( PMI). Pengaruh tidak langsung X ke Y lewat M adalah sebesar 1.535 dari ambang batas 0.367 ( jalur a x jalur b). Berdasarkan pengujian signifikansi, variabel X1 dan X2 berpengaruh terhadap loyalitas nasabah karena variabel kepuasan nasabah memediasi

**Kata Kunci** *Citra Bank, Penanganan Keluhan, Kepuasan dan Loyalitas.*

## **I. PENDAHULUAN**

Bank syariah merupakan institusi kepercayaan yang melakukan kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta melakukan aktivitas layanan untuk memenuhi kebutuhan finansial setiap nasabah dan masyarakat (Suhartanto et al., 2018).

Sektor perbankan syariah di Indonesia terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 22 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

Tujuan utama bank adalah bagaimana membuat nasabah mereka loyal kepada bank. Bagi perusahaan yang terpenting adalah bagaimana proses dan mekanisme mencapai loyalitas pelanggan. Konsep loyalitas merupakan konsep dasar dalam memahami hubungan pemasaran, karena pada hakikatnya loyalitas berkaitan dengan faktor internal dalam setiap perusahaan. Perusahaan dituntut untuk semakin mampu memberikan pelayanan yang benar-benar memiliki value yang setara dengan yang diharapkan nasabah. Loyalitas nasabah lebih mengarah kepada perilaku yang ditujukan dengan melakukan pembelian ulang. Nasabah yang loyal pada suatu perusahaan adalah nasabah yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan dengan pesaing. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perbankan, mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi lading utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan nasabah.

Strategi penanganan keluhan itu efisien, maka strategi ini dapat mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas. Artanti dan Ningsih (2010) dalam penelitiannya menyatakan 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`) Untuk menjaga bank dalam posisi sehat yaitu menghindari munculnya perilaku pilihan merugikan sebelum transaksi dan bahaya moral setelah transaksi (Mangani, 2009) .

## **II. LANDASAN TEORI**

### **A. 1. Citra Bank**

Citra perusahaan adalah citra dalam suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra dari produk dan pelayanan. Terdapat empat komponen pembentukan citra yakni persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan dimana kemampuan mempersepsi dilanjutkan ke proses ke pembentukan citra dalam memberikan informasi individu untuk memunculkan suatu keyakinan. Sehingga dari keyakinan timbul suatu sikap pro ataupun kontra tentang suatu produk, dari sikap itulah terbentuknya citra yang positif dan negatif (Silviani, 2020).

### **2. Penanganan Keluhan**

Penanganan keluhan secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk / jasa perusahaan yang puas. Penanganan keluhan adalah kesempatan mempererat hubungan dan menciptakan loyalitas.

### **3. Kepuasan Pelayanan**

Definisi layanan minimal harus ada tiga hal pokok yakni adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan dan tujuan memuaskan pelanggan dengan cara berorientasi pada standar layanan. Pelayanan yaitu kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan pada kebutuhan dan dalam

mewujudkan kepuasannya supaya selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan (Barata, 2003).

#### **4. Loyalitas**

Loyalitas adalah kesetiaan nasabah terhadap bank karena bank sukses memenuhi harapan nasabah, baik dari segi pelayanan maupun yang lainnya. Loyalitas nasabah dapat dibangun dengan rasa kepercayaan yang telah dibentuk sebelumnya oleh nasabah (Pramana & Rastini, 2016). Apabila nasabah loyal terhadap bank, maka nasabah pun tidak akan pindah kepada bank lain guna menginvestasikan dananya, sehingga menguntungkan kedua belah pihak.

Loyalitas nasabah merupakan suatu cara dibentuknya perilaku nasabah yang kemudian mengalami pelayanan serta mengetahui program apa saja yang ditawarkan yang menggambarkan adanya ikatan jangka panjang yang terikat antara bank dengan nasabah (Budiarti, 2017).

### **III. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu semua yaitu semua informasi yang berbentuk angka, pengumpulan data, penafsiran terhadap data, dan hasil analisis. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian ini untuk menguji hipotesis yang dengan cara mencari pengaruh besarnya variabel X terhadap variabel Y.

Dalam tahapan proses penelitian kuantitatif, salah satu bagian penting adalah penentuan sampel penelitian, namun sebelum menetapkan sampel, harus ditentukan dulu populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019).” Yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah NTB Syariah ASN maupun Non ASN di Dinas Komunikasi.

Data yang digunakan adalah data primer. Observasi, wawancara, dan penyebaran kuisioner (angket) adalah teknik yang digunakan dalam pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan statistik serta menggunakan uji hipotesis. Hasil yang diperoleh peneliti menggunakan program SPSS.

### **IV. HASIL PENELITIAN**

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.<sup>82</sup> Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (correlated item-total correlations) dengan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif pada signifikan 5% maka data tersebut dapat dikatakan valid. Sebaliknya, jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel maka data tidak valid (Soegoto, 2008).

#### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai cronbach alpha pada masing-masing variabel. Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing

variabel dikatakan reliabel atau handal jika memiliki cronbach alpha lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2018). Ketidak konsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kurang pahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu dan residual atau variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.<sup>88</sup>

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati, secara visual kelihatan normal padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan untuk menguji normalitas data dengan uji statistik Kolmogorov Smirnov (K-S) yang dilakukan dengan membuat hipotesis nol ( $H_0$ ) untuk data berdistribusi normal dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) untuk data berdistribusi tidak normal. Dengan uji statistik yaitu menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Statistik Non Parametrik  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.10990406
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.067
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari data output SPSS di atas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal.

#### b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF (Variance Inflation Factors) tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ . Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir. Jika VIF

kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka regresi bebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Hasil Uji Multikolonieritas

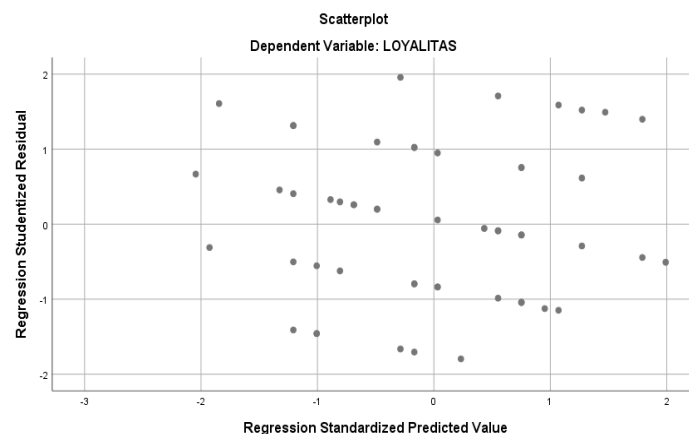
Variabel	Collinearity Statistik	
	Tolerance	VIF
Citra Bank	0.977	1.023
Penanganan Keluhan	0.977	1.023

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui setiap variabel independen memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 atau nilai Tolerance value lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan ini tidak terdapat hubungan multikolinearitas antar variabel Independen.

#### c) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah alat uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain .92 Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji glejser. Uji glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen (absolut residual) maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

#### 4. Uji Regresi Mediasi

Analisis mediasi adalah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi bukti dari penelitian yang dirancang untuk menguji hipotesis tentang bagaimana beberapa variabel anteseden penyebab variabel independen mentransmisikan efeknya pada variabel konsekuensi dependen. Model mediasi sederhana adalah pengaruh sebab akibat dimana setidaknya satu variabel penyebab independen yang mempengaruhi outcome (hasil) dependen melalui variabel intervening tunggal.

Model mediasi sederhana digunakan untuk mengukur beberapa hubungan yang terdapat pada gambar kerangka berpikir. Model mediasi sederhana dilakukan untuk mengukur

rumusan masalah pertama, yaitu apakah kepuasan memediasi pengaruh citra bank terhadap loyalitas; dan rumusan masalah kedua, yaitu apakah kepuasan memediasi pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas

Berdasarkan gambar kerangka berpikir, maka persamaannya adalah pengaruh tidak langsung dari citra bank ke loyalitas, melalui kepuasan; dan pengaruh tidak langsung dari penanganan keluhan ke loyalitas, melalui kepuasan:

$$Y1 = iY + c'X1 + bM1 + eY$$

$$Y2 = iY + c'X2 + bM2 + eY$$

Dimana  $iM$  dan  $iY$  adalah konstanta regresi.  $eM$  dan  $eY$  adalah kesalahan (error) dalam estimasi  $M$  dan  $Y$ , masing-masing, dan  $a$ ,  $b$  dan  $c'$  adalah koefisien regresi yang diberikan kepada variabel antededen dalam model mengestimasi variabel konsekuen. Alat analisis data dengan model mediasi sederhana menggunakan software SPSS Versi 25, Process Versi 3.1

Uji regresi mediasi dilakukan untuk melihat pengaruh langsung maupun tidak langsung pada penelitian maka dicari dengan menggunakan SPSS versi 25 dengan analisis regresi yang dilakukan 2 kali karena ada 2 variabel yang akan di uji yang nantinya terdapat 2 model koefisien model sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil pengujian Citra Bank (X1)**

Run MATRIX procedure:					
***** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.1 *****					
Written by Andrew F. Hayes, Ph.D.					
www.afhayes.com					
Documentation available in Hayes (2022).					
www.guilford.com/p/hayes3					
*****					
Model	: 4				
Y	: LOYLITAS				
X	: CITRA				
M	: KEPUASAN				
Sample					
Size:	55				
*****					
OUTCOME VARIABLE:					
KEPUASAN					
Model Summary					
	R	R-sq	MSE	F(HC2)	df1
df2	p				
	.1501	.0225	2.4478	1.7370	1.0000
53.0000	.1932				
Model					
	coeff	se (HC2)	t	p	LLCI
ULCI					
constant	17.0020	2.4855	6.8406	.0000	12.0168
21.9873					
CITRA	-.2367	.1796	-1.3180	.1932	-.5970
.1235					
*****					
OUTCOME VARIABLE:					
LOYLITAS					

Model Summary						
	R	R-sq	MSE	F (HC2)	df1	
df2	p					
	.2690	.0723	1.2793	2.1535	2.0000	
52.0000	.1263					
Model						
	coeff	se (HC2)	t	p	LLCI	
ULCI						
constant	8.5610	2.6003	3.2923	.0018	3.3431	
13.7789						
CITRA	.2230	.1428	1.5618	.1244	-.0635	
.5096						
KEPUASAN	.1610	.1085	1.4830	.1441	-.0568	
.3788						
***** TOTAL EFFECT MODEL *****						
OUTCOME VARIABLE:						
LOYLITAS						
Model Summary						
	R	R-sq	MSE	F (HC2)	df1	
df2	p					
	.1596	.0255	1.3186	1.6260	1.0000	
53.0000	.2078					
Model						
	coeff	se (HC2)	t	p	LLCI	
ULCI						
constant	11.2977	2.0513	5.5077	.0000	7.1833	
15.4120						
CITRA	.1849	.1450	1.2752	.2078	-.1060	
.4759						
***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****						
Total effect of X on Y						
	Effect	se (HC2)	t	p	LLCI	
ULCI						
	.1849	.1450	1.2752	.2078	-.1060	
.4759						
Direct effect of X on Y						
	Effect	se (HC2)	t	p	LLCI	
ULCI						
	.2230	.1428	1.5618	.1244	-.0635	
.5096						
Indirect effect(s) of X on Y:						
	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI		
KEPUASAN	-.0381	.0393	-.1265	.0268		
***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****						
Level of confidence for all confidence intervals in output:						
95.0000						
Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:						
5000						
NOTE: A heteroscedasticity consistent standard error and covariance matrix estimator was used.						
----- END MATRIX -----						

Tabel 2. Hasil pengujian Penanganan Keluhan (X2)

```
Run MATRIX procedure:
***** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.1 *****
      Written by Andrew F. Hayes, Ph.D.
www.afhayes.com
      Documentation available in Hayes (2022).
www.guilford.com/p/hayes3
*****
Model   : 4
      Y   : LOYLITAS
      X   : KELUHAN
      M   : KEPUASAN
Sample
Size:    55
*****
OUTCOME VARIABLE:
      KEPUASAN
Model Summary
      R      R-sq      MSE      F (HC2)      df1
df2      p
      .8798      .7740      .6349      238.2121      1.0000
53.0000      .0000
Model
      coeff      se (HC2)      t      p      LLCI
ULCI
constant      1.3478      .7605      1.7722      .0821      -.1776
2.8733
KELUHAN      .9030      .0585      15.4341      .0000      .7857
1.0204
*****
OUTCOME VARIABLE:
      LOYLITAS
Model Summary
      R      R-sq      MSE      F (HC2)      df1
df2      p
      .2275      .0517      1.3077      1.3323      2.0000
52.0000      .2727
Model
      coeff      se (HC2)      t      p      LLCI
ULCI
constant      12.1474      1.4869      8.1698      .0000      9.1637
15.1310
KELUHAN      -.1234      .2303      -.5359      .5943      -.5856
.3388
KEPUASAN      .2529      .2102      1.2035      .2342      -.1688
.6746
***** TOTAL EFFECT MODEL *****
OUTCOME VARIABLE:
      LOYLITAS
Model Summary
      R      R-sq      MSE      F (HC2)      df1
df2      p
      .1474      .0217      1.3236      .9409      1.0000
53.0000      .3365
Model
      coeff      se (HC2)      t      p      LLCI
ULCI
```



constant	12.4883	1.4669	8.5133	.0000	9.5460
15.4306					
KELUHAN	.1050	.1082	.9700	.3365	-.1121
.3220					
***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****					
Total effect of X on Y					
Effect	se(HC2)	t	p	LLCI	
ULCI					
.1050	.1082	.9700	.3365	-.1121	
.3220					
Direct effect of X on Y					
Effect	se(HC2)	t	p	LLCI	
ULCI					
-.1234	.2303	-.5359	.5943	-.5856	
.3388					
Indirect effect(s) of X on Y:					
	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI	
KEPUASAN	.2284	.1985	-.2416	.5485	
***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****					
Level of confidence for all confidence intervals in output:					
95.0000					
Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:					
5000					
NOTE: A heteroscedasticity consistent standard error and covariance matrix estimator was used.					
----- END MATRIX -----					

Pada tabel diatas adalah hasil pengujian mediasi menggunakan SPSS versi 25 dimana citra bank (X1) dapat memediasi kepuasan (M) terhadap loyalitas nasabah (Y) yang kemudian akan di olah Kembali dengan tabel koefisien.

## PEMBAHASAN

### a. Kepuasan memediasi pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah bank NTB Syariah cabang Mataram pada Dinas Kominfotik NTB

Penelitian ini melibatkan sebanyak 30 responden untuk mendapatkan informasi dan jawaban mengenai variabel M yaitu kepuasan memediasi variabel X1 yakni citra bank terhadap variabel Y yakni loyalitas. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah “Kepuasan memediasi pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah bank NTB Syariah cabang Mataram pada Dinas Kominfotik NTB” Berdasarkan. hasil. uji. validitas,. menunjukkan. bahwa. semua. item. pernyataan. yang. terdapat. pada. instrument. penelitian. atau. kuesioner. yang. telah. disebar. ke. responden. dinyatakan. valid,. karena. rhitung. >. rtabel.. Dengan. nilai. rtabel. sebesar. 0.374.. dan. hasil. uji. reliabilitas. juga. menunjukkan. bahwa. keseluruhan. pernyataan. yang. ada. dalam. kuesioner. dinyatakan. reliable,. karena. nilai. cronbach. alpha. >. 0.9. (0.911. >. 0.9).

Persamaan. regresi. yang. diperoleh. dari. hasil. penelitian. ini. adalah.  $\hat{M} = 0.236 + 17.002 X1$ .. Dari. persamaan. regresi. tersebut. diketahui. bahwa. parameter. koefisien. regresi. untuk. variabel. kepuasan. memediasi. pengaruh. citra. bank. terhadap. loyalitas.. Artinya. kepuasan. dapat. memediasi. citra. bank. terhadap. loyalitas.

Adapun, kepuasan dapat memediasi citra bank terhadap loyalitas nasabah menunjukkan pengaruh, yang positif. Hal. tersebut juga, dapat, dilihat, pada, hasil, kuesioner, yang, berkaitan, dengan, citra bank, yang, dimana, pernyataan, nasabah dihadapkan, dengan, pernyataan. Bagaimana kepuasan nasabah dapat memediasi citra bank terhadap loyalitas nasabah. Artinya, sebanyak, 30 responden, merasa sangat setuju, dengan, pernyataan, yang, menyatakan, Bahwa kepuasan dapat memediasi citra bank terhadap loyalitas nasabah sehingga loyalitas nasabah bank NTB Syariah diyakini memiliki citra yang baik bagi para nasabah Bank NTB Syariah.

- b. Kepuasan memediasi pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah bank NTB Syariah cabang Mataram pada Dinas Kominfotik NTB.

Penelitian ini melibatkan sebanyak 30 responden untuk mendapatkan informasi dan jawaban mengenai variabel M yaitu kepuasan memediasi variabel X2 yakni penanganan keluhan terhadap variabel Y yakni loyalitas. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah “Kepuasan memediasi pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah bank NTB Syariah cabang Mataram pada Dinas Kominfotik NTB”

Berdasarkan, hasil, uji, validitas,, menunjukkan, bahwa, semua, item, pernyataan, yang, terdapat, pada, instrument, penelitian, atau, kuesioner, yang, telah, disebar, ke, responden, dinyatakan, valid,, karena, rhitung, >, rtabel,. Dengan, nilai, rtabel, sebesar, 0.374,. dan, hasil, uji, reliabilitas, juga, menunjukkan, bahwa, keseluruhan, pernyataan, yang, ada, dalam, kuesioner, dinyatakan, reliable,, karena, nilai, cronbach, alpha, >, 0.9, (0.911, >, 0.9).

Persamaan, regresi, yang, diperoleh, dari, hasil, penelitian, ini, adalah,  $y = 0.252 + 0.236 X + 0.903 X_2$ . Dari, persamaan, regresi, tersebut, diketahui, bahwa, parameter, koefisien, regresi, untuk, variabel kepuasan memediasi pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas,. Artinya, kepuasan dapat memediasi penanganan keluhan terhadap loyalitas.

Adapun, kepuasan dapat memediasi penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah menunjukkan pengaruh, yang, positif. Hal. tersebut juga, dapat, dilihat, pada, hasil, kuesioner, yang, berkaitan, dengan, penanganan keluhan, yang, dimana, pernyataan, nasabah dihadapkan, dengan, pernyataan, bagaimana kepuasan nasabah dapat memediasi penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah. Artinya, sebanyak, 30 responden, merasa sangat setuju, dengan, pernyataan, yang, menyatakan, Bahwa kepuasan dapat memediasi penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah sehingga loyalitas nasabah bank NTB Syariah diyakini memiliki penanganan keluhan yang baik dan tepat bagi para nasabah Bank NTB Syariah.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh citra bank dan penanganan keluhan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah tabungan pada bank NTB syariah cabang mataram untuk meningkatkan pelayanan serta kompetensi dalam perbankan dapat ditarik kesimpulan bahwa citra bank (X1) terhadap kepuasan (M) dan loyalitas (Y) nasabah berpengaruh, penanganan keluhan (X2) terhadap kepuasan (M) dan loyalitas (Y) nasabah berpengaruh, citra bank (X1) dan penanganan keluhan (X2) terhadap loyalitas (Y) dapat memediasi.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih diucapkan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan artikel ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Artanti, Y., & Ningsih, L. (2010). Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia ,TBK dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Perantara (Studi pada nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 71–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/benefit.v14i2.1320>
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Budiarti, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Surabaya. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 15(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.24034/j25485024.y2011.v15.i2.2289>
- Ghozali, I. (2018). *Analisis Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mangani, K. S. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Erlangga.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Statistik Perbankan Syariah. Retrieved August 30, 2021, from [https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Documents/LAPORAN PERKEMBANGAN KEUANGAN SYARIAH INDONESIA 2020.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Documents/LAPORAN%20PERKEMBANGAN%20KEUANGAN%20SYARIAH%20INDONESIA%202020.pdf)
- Pramana, I. G. Y., & Rastini, N. M. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH BANK MANDIRI CABANG VETERAN DENPASAR BALI. *E-Jurnal Manajemen*, 5(1). Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/18248>
- Silviani, I. (2020). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka.
- Soegoto, E. S. (2008). *Marketing Research: This Smart Way To Solve Problem*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D., Setiawan, M. M., & Hadiati, N. (2018). Loyalty Intention towards Islamic Bank: The Role of Religiosity, Image, and Trust. *International Journal of Economics and Management*, 12(1).