

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER TRUST AND CUSTOMER LOYALTY AT BANK MANDIRI PEKANBARU CITY**

**Della Adriadiva<sup>1</sup>, Zulfadil<sup>2</sup>, Rosyetti<sup>3</sup>**

<sup>1,2,&3</sup>Universitas Riau

Email: [dellaadriadiva@rocketmail.com](mailto:dellaadriadiva@rocketmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to see and determine the direct and indirect effect of the influence of service quality on customer trust and customer loyalty at Bank Mandiri Pekanbaru City. This research uses descriptive inferential method. The population in this study were customers at Bank Mandiri Pekanbaru Sudirman Bawah, Sudirman Atas and Pekanbaru Ahmad Yani branches with the number of customers in 2018 being 11,236 customers. As for how to determine the number of samples using the sslovin method, the entire population is used as the research sample, so that a sample of 99 customers is obtained. In distributing the questionnaire, the sampling method in this study used the Stratified Random Sampling technique. The data analysis technique used in this research is Path analysis, using SPSS software. The results in this study indicate that the quality of customer service has a positive and significant effect on customer trust. Service quality and customer trust have a positive and significant effect on customer loyalty. Service quality service quality and customer trust have a positive and significant impact on customer loyalty through trust.*

**Keywords:** *Customer Loyalty; Customer Trust; Service Quality*

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH PADA BANK MANDIRI KOTA PEKANBARU**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif inferensial. Populasi pada penelitian ini ini adalah nasabah pada Bank Mandiri cabang Pekanbaru Sudirman Bawah, Sudirman Atas dan Pekanbaru Ahmad Yani dengan jumlah nasabah pada Tahun 2018 sebanyak 11.236 Nasabah. Adapun cara penentuan jumlah sampel dengan menggunakan metode sslovin, yaitu seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian, sehingga diperoleh sampel sebanyak 99 orang nasabah. Dalam penyebaran kuisioner, metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Stratified Random Sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Path analissi, dengan menggunakan software SPSS. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan.

**Kata Kunci:** Loyalitas nasabah; Kepercayaan nasabah; Kualitas Pelayanan

## PENDAHULUAN

Pada saat ini industri perbankan dihadapkan dalam persaingan yang sangat sengit. Setiap bank berlomba-lomba untuk menarik masyarakat untuk menjadi nasabah di bank mereka. Hal ini sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh Lovelock (2018) bahwa sektor jasa merupakan sektor yang paling besar mengalami perubahan akibat dari cepatnya perubahan yang dialami oleh faktor lain, seperti perubahan teknologi yang secara langsung menaikkan iklim kompetisi di dalam industri, karena itu para pengelola perbankan berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya demi terciptanya loyalitas dari nasabahnya.

Berdasarkan Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI) yang merupakan salah satu tolak ukur penilaian tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan di Indonesia yang dilakukan yang dilakukan oleh majalah Infobank. Hasil survei ini juga menunjukkan bahwa indeks loyalitas sebuah bank akan meningkat apabila bank tersebut bisa meningkatkan indeks *partnership* dan *ownership*. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah bukan hanya ingin bertransaksi atau menjalin relasi dengan bank, tetapi juga berupaya menjadi mitra dan bahkan “memiliki” bank tersebut. Berikut ini Indonesian Bank Loyalitas Index (IBLI) sebagai terlihat pada Tabel 1. di bawah ini.

**Tabel 1. Bank Konvensional Buku IV Peraih penghargaan *Satisfaction Loyalty Engagement (SLE) Awards Tahun 2019-2020***

Peringkat	Tahun 2019	Tahun 2020
1	Bank Mandiri	Bank Danamon
2	Bank Danamon	Panin Bank
3	BCA	CIMB Niaga
4	BNI	BCA
5	BRI	BNI

Sumber. <https://infobanknews.com/> 2019-2020

Dari Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa Bank Mandiri pada Tahun 2019 mendapat penghargaan diperingkat pertama *Satisfaction Loyalty Engagement (SLE) Awards*, namun pada Tahun 2020, Bank Mandiri tidak dapat mempertahankan penghargaan tersebut, justru nama Bank Mandiri tidak termasuk 5 besar peringkat bank peraih penghargaan SLE. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan loyalitas nasabah. Padahal Bank Mandiri merupakan bank BUMN terbesar, Besar kecilnya perusahaan dapat dilihat salah satunya dari jumlah total aset yang dimiliki seperti pada Tabel 1.2 berikut ini.

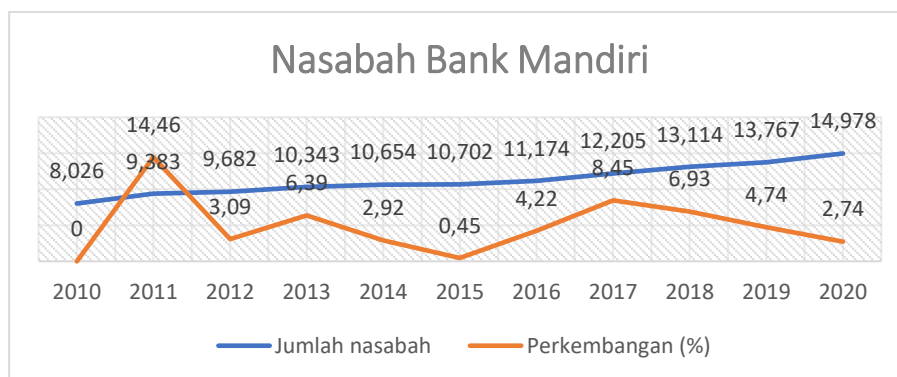
**Tabel 2 Jumlah Total Aset Bank BUMN Tahun 2020**

(Dalam Jutaan Rupiah)

No	Nama Bank	Total Aset
1	Bank Mandiri	1.429.334.484
2	BRI	1,421,785,007
3	BNI	891.337.000
4	BTN	314.602.871

Sumber: *Idx (2021)*

Berdasarkan Tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa Bank Mandiri merupakan BUMN yang memiliki total aset terbesar dibandingkan bank BUMN lainnya. Dengan mempunyai total aset yang besar seharusnya Bank Mandiri tentunya lebih bisa mengoptimalkan kualitas pelayanan dan memberika rasa kepercayaan kepada nasabah sehingga terciptanya loyalitas. Bank Mandiri salah satu bank umum konvensional yang banyak diminati oleh masyarakat. Di Kota Pekanbaru terdapat 12 kantor Bank Mandiri. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan hanya 3 kantor, yaitu Bank Mandiri Sudirman Bawah yang merupakan kantor pusat Bank Mandiri di Kota Pekanbaru, Kantor Cabang Sudirman Atas, dan Kantor Cabang Pekanbaru Ahmad Yani. Dipilihnya ketiga kantor cabang tersebut karena merupakan bank yang memiliki jumlah nasabah yang besar. Adapun perkembangan jumlah nasabah ketiga kantor Bank Mandiri untuk 3 Cabang tersebut pada Tahun 2016-2020 dapat dilihat pada Grafik 1 berikut ini.



Sumber: KCP Ahmad Yani, KCP Sudirman Bawah dan KCP Sudirman Atas (2021)

**Gambar 1. Jumlah Nasabah dan Perkembangan Bank Mandiri**

Dari Gambar 1. menunjukkan bahwa jumlah nasabah Bank Mandiri mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun perkembangannya mengalami fluktuasi. Penurunan yang tajam terjadi dari Tahun 2020. Berfluktuasinya persentase jumlah nasabah mengindikasikan adanya sebuah masalah yaitu kurangnya loyalitas nasabah yang membuat nasabah Bank Mandiri di Kota Pekanbaru menggunakan produk perbankan lainnya yang bukan satu-satunya menggunakan produk Bank Mandiri dan juga adanya nasabah yang tidak merekomendasikan produk Bank Mandiri kepada nasabah lainnya untuk bergabung menjadi nasabah seperti dirinya.

Fenomena menurunnya loyalitas nasabah yang dapat dilihat dari menurunnya persentase jumlah nasabah tahun 2020, padahal Bank Mandiri Kota Pekanbaru sudah menawarkan hadiah yang menggiurkan berupa uang, mobil dan lain-lain, dengan program Mandiri Fiesta disamping itu Bank Mandiri juga sudah melakukan usaha dengan meningkatkan kualitas pelayanannya dengan merumuskan kembali nilai-nilai pelayanan untuk menjadi pedoman kerja pegawai, dimana Bank Mandiri juga berhasil mencatat sejarah dalam peningkatan kualitas layanan, yaitu menjadi *service leader* perbankan nasional dengan menempati urutan pertama pelayanan prima. Ternyata program mereka tersebut tidak cukup berpengaruh terhadap pencapaian peningkatan jumlah nasabah. Disamping itu Bank Mandiri sebagai Bank BUMN terbesar di Indonesia sesuai dengan total aset Bank BUMN tahun 2020, tidak juga mempengaruhi loyalitas nasabah, hal ini juga dibuktikan dengan menurunnya peringkat Bank Mandiri pada tahun 2020.

Menurut Meng dan Elliott 2018; Olorunniwo dan Hsu 2016), Salah satu faktor yang dapat memenangkan hati nasabah adalah kualitas layanan. Bank sebagai salah satu sektor jasa layanan keuangan, kinerjanya akan sangat bergantung pada baik atau buruknya layanan secara keseluruhan kepada para nasabahnya. Makin baik layanan dari suatu bank, maka akan semakin relatif lebih mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari nasabah untuk menyimpan dana atau mengajukan pinjaman pada bank tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwa persaingan yang terjadi tidak hanya didasarkan pada peningkatan kualitas dari suatu produk perbankan saja tetapi saat ini lebih condong untuk memasukkan unsur pencapaian kepuasan dan terwujudnya loyalitas nasabah sebagai syarat utama, baik itu nasabah pinjaman maupun nasabah simpanan

Menurut Nayebzadeh et al, 2013 Faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah kepercayaan nasabah, alasan yang mendasari adalah loyalitas nasabah akan terwujud jika nasabah tersebut benar-benar mempercayai Bank.

Kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka nasabah tersebut dapatlah dikatakan puas. Bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka nasabah tersebut akan dikatakan sebagai nasabah yang tidak puas sehingga nasabah tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa (Stefanus, 2008).

Ketidapercayaan dapat diselesaikan oleh pihak pengelola bank, apabila adanya komitmen akan kualitas pelayanan yang berorientasi pada nasabah merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis, khususnya pada industri jasa. Nasabah jasa terlibat langsung dalam proses produksi jasa itu sendiri. Oleh sebab itu, nasabah jasa sangat tergantung pada siapa dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena keberhasilan proses produksi jasa tersebut sangatlah tergantung dari penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan suatu jasa (Kaderi dan Diahmarissa, 2003). Dengan kata lain, peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan harus sesuai dengan keinginan dari nasabah ataupun konsumen perusahaan tersebut, karena sebagai apapun

produk yang dihasilkan oleh perusahaan, jika nasabah atau konsumen tidak menyukainya maka, produk tersebut tidak ada artinya.

Alasan penulis mengambil loyalitas nasabah Bank Mandiri antara lain disebabkan karena Bank Mandiri mengalami penurunan loyalitas, hal ini dapat dilihat secara umum Mandiri tidak dapat mempertahankan prestasinya sebagai peringkat pertama penghargaan SLE, selanjutnya penulis memilih Bank Mandiri di Kota Pekanbaru, karena adanya fenomena menurunnya persentase jumlah nasabah.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini ini adalah nasabah pada Bank Mandiri cabang Pekanbaru Sudirman Bawah, Sudirman Atas dan Pekanbaru Ahmad Yani dengan jumlah nasabah pada Tahun 2018 sebanyak 11.236 Nasabah. Adapun cara penentuan jumlah sampel dengan menggunakan metode slovin, sehingga diperoleh sampel sebanyak 99 orang nasabah (Sugiyono 2016.)

### Pengujian Validitas dan Reabilitas

#### Validitas

Penelitian ini menggunakan kuisioner dalam mengumpulkan data penelitian. Untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas dari kuisioner tersebut maka peneliti menggunakan SPSS.

#### Reabilitas

Reliabilitas menyatakan sejauh mana hasil atau pengukuran dapat dipercaya. Untuk mengukur tingkat reliabilitas variabel penelitian. Item pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien alfa lebih besar dari 0,6.

#### Uji Path Analisis

Dalam analisis jalur sebelum peneliti melakukan analisis suatu penelitian, digunakan untuk menganalisis pola hubungan di antara variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas**

No	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Y2.1	0.643	1,975	Valid
Y2.2	0.742	1,975	Valid
Y2.3	0.638	1,975	Valid
Y1.1	0.709	1,975	Valid
Y1.2	0.805	1,975	Valid
Y1.3	0.904	1,975	Valid
Y1.4	0.790	1,975	Valid
Y1.5	0.875	1,975	Valid
X.1	0,738	1,975	Valid
X.2	0,592	1,975	Valid
X.3	0,677	1,975	Valid
X.4	0,544	1,975	Valid
X.5	0,755	1,975	Valid
X.6	0,751	1,975	Valid
X.7	0,702	1,975	Valid
X.8	0,641	1,975	Valid
X.9	0,646	1,975	Valid
X.10	0.710	1,975	Valid
X.11	0.821	1,975	Valid
X.12	0.615	1,975	Valid
X.13	0.574	1,975	Valid
X.14	0.658	1,975	Valid
X.15	0.736	1,975	Valid
X.16	0.502	1,975	Valid
X.17	0.621	1,975	Valid

Sumber: Lampiran 3 (2021)

Dengan melihat data hasil uji validitas pada Tabel 4 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan adalah valid.

### Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

No	Variabel Penelitian	Cronbach alpha	Kreteria	Keterangan
1.	Loyalitas Nasabah (Y2)	0,978	0,60	Reliabel
2.	Kepercayaan Nasabah (Y1)	0,929	0,60	Reliabel
3.	Kualitas Pelayanan (X)	0,892	0,60	Reliabel

Sumber: Lampiran 3 (2021)

Dengan melihat data hasil uji reliabilitas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan adalah *reliable*.

### Analisis Jalur (Path Analysis)

#### Analisis Jalur Sub Struktur 1

**Tabel 5 Hasil Uji Coefficients Struktur I Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.108	.390		7.961	.000
Kualitas Pelayanan	.494	.156	.461	4.183	.002

a. Dependent Variable: Kepercayaan Nasabah

Sumber: Lampiran 3 (2021)

Berdasarkan Tabel 9 dapat dihasilkan sebuah persamaan regresi sebagai berikut:  
Kepercayaan Nasabah ( $Y_2$ ) = 0,461 Kualitas Pelayanan + e

#### Analisis Jalur Sub Struktur II

**Tabel 6 Hasil Uji Coefficients Struktur II Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.351	.334		7.038	.000
Kualitas Pelayanan	.992	.104	.642	9.518	.000
Kepercayaan Nasabah	.533	.068	.432	6.412	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Lampiran 3 (2021)

Berdasarkan Tabel 9 dapat dihasilkan sebuah persamaan regresi sebagai berikut:  
Loyalitas Nasabah ( $Y_2$ ) = 0,642 Kualitas Pelayanan + 0,432 Kepercayaan Nasabah + e

**Analisis Jalur Sub Struktur I dan Sub Struktur II****Tabel 7 Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung**

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total	Hubungan
Kualitas Pelayanan terhadap kepercayaan (X → Y1)	0,461	-	0,461	Kuat
Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas nasabah (X → Y2)	0,642		0,642	Kuat
Kepercayaan terhadap Loyalitas nasabah (Y1 → Y2)	0,432		0,432	Kuat
Kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah (X → Y1 → Y2)	0,642	(0,642 x 0,432) = 0,2773	0,919	Kuat

Sumber: Lampiran 3 (2021)

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah secara langsung diperoleh sebesar 0,642 dengan kategori hubungan kuat. Sedangkan secara tidak langsung diperoleh sebesar 0,919 artinya kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah dan mempunyai hubungannya yang kuat.

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah**

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah yang berarti sesuai dengan hipotesis pertama yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. sehingga hipotesis 1 dalam penelitian ini **diterima**. Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepercayaan nasabah.

Kualitas pelayanan yang baik dari Bank Mandiri dapat dilihat dari fasilitas yang diberikan maupun dari dari layanan yang diberikan oleh karyawannya. fasilitas yang memadai yang dimiliki Bank Mandiri mampu memberikan nasabah kenyamanan dalam bertransaksi, walaupun ada beberapa nasabah yang menganggap bahwa pelayanan yang diberikan Bank Mandiri Pekanbaru belum sepenuhnya optimal. Namun dari kebanyakan nasabah menganggap bahwa kualitas pelayanan yang diberikan sudah maksimal. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Khairusy (2016) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang ada akan semakin meningkatkan kepercayaan.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah yang berarti sesuai dengan hipotesis kedua yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri. sehingga hipotesis 2 dalam penelitian ini **diterima**. Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah.

Hasil rekapitan responden secara keseluruhan mengenai kualitas pelayanan tergolong sangat baik dengan rata-rata skor 3,48. Hal ini dapat diyakini bahwa fasilitas yang disediakan Bank Mandiri di setiap cabangnya selalu optimal sehingga dapat memberikan kenyamanan pada nasabah, dikarenakan ruang tunggu yang disediakan oleh Bank Mandiri Pekanbaru sangat nyaman. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sutisna (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

**Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah yang berarti sesuai dengan hipotesis ketiga yaitu kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri. sehingga hipotesis 3 dalam penelitian ini **diterima**. Artinya semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan nasabah dapat mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Mandiri Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah pada Bank Mandiri Pekanbaru sudah baik sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Kepercayaan ini menyangkut kredibilitas bank dimata nasabah. Kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut

tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya.

Hasil penelitian mendukung hasil penelitian Setiawan dan Masdupi (2016). menyimpulkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

### **Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan melalui kepercayaan nasabah. Sehingga Hipotesis 4 diterima. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah. Artinya kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas nasabah apabila adanya kepercayaan nasabah.

Nasabah merupakan fokus utama dalam bisnis, karena tanpa nasabah bank tidak bisa memperoleh profit untuk menjalankan usahanya. Oleh karena itu, hal utama yang harus dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga tercipta kepercayaan untuk mendapatkan nasabah yang loyal pada bank. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Pramana & Rastini (2016) Nurhadi & Azis. (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah.

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini dikemukakan kesimpulan penelitian sebagai berikut : (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah Bank Mandiri Pekanbaru. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Pekanbaru. (3) Kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Pekanbaru. (4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut: (1) Untuk meningkatkan kualitas pelayanan Bank mandiri harus memberikan tingkat pelayanan yang cepat dan ramah terhadap keluhan nasabah sehingga nasabah tidak menunggu terlalu lama dimana karyawan bank harus sigap dan memberikan nasabah perhatian secara individual saat bertransaksi agar nasabah tidak bosan. (2) Didalam memberikan tingkat kepercayaan kepada nasabah Bank harus memberikan kemudahan pada proses transaksi, karena kepercayaan nasabah pada Bank Mandiri Pekanbaru belum tergolong optimal pada proses transaksi yang di lakukan masih mengantri terlalu lama dan tahapan prosedurnya masih sangat banyak yang harus di lewati, artinya masih ada Bank Mandiri Kota Pekanbaru yang mempersulit nasabah dalam melakukan transaksi. (3) Didalam meningkatkan loyalitas nasabah harus menunjukkan kualitas elayanan yang baik di aman terlihat bahwa masih ada nasabah yang belum merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan Bank Mandiri Pekanbaru sehingga mereka menganggap bahwa Bank Mandiri bukan merupakan pilihan utama. Untuk itu Bank Mandiri harus memberikan tingkat loyalitas nasabah dalam melayani sehingga nasabah hanya tau bahwa Bank Mandirilah yang sesuai dengan keinginan dan harapannya.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Abthal Khairusy. 2016. Analisis pengaruh kualitas layanan, komitmen dan Kepercayaan terhadap loyalitas konsumen bank bni syariah. [dSPACE.UIN.ac.id](http://dSPACE.UIN.ac.id)
- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Ade Jaya Sutisna. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Padakantor Ajb Bumiputera Syariah Cabang Serang Akademi Akuntansi Keuangan dan Perbankan Indonesia *Jurnal Ilmiah Revenue* ISSN : 2442 - 8493 Vol. 2 No. 2, Juni 2016
- Dedi Setiawan dan Erni Masdupi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok, Tesis Program Magister Manajemen. Tesis, 7.
- Ervin Kumala Aziz. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah “Tabungan BSM” Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang. *Iqtishodia Jurnal Ekonomi Syariah* (2017) Vol.02 No.02 : 64-81 ISSN 2503-118X | eISSN 2580-4669
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2018. Pemasaran Jasa. edisi 12. Erlangga: Jakarta.
- Meng dan Elliott, Pallister, J. G., dan Foxall, G. R. 2018. A Proposed Model of ETrust for Electronic Banking, *Journal of Service Research Technovation*. 23, pp: 847-860.

- Nurhadi & Azis. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas dan Dampaknya pada Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Kereta Api HARINA (Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang).
- Olorunniwo dan Hsu (2016). The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction: The Example of CJCU Library. *Journal of Information and Optimization Sciences*, 27(1): h; 193-209.
- Pramana & Rastini (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Rokok Merek LA Lights. Tesis. Program Pasca Sarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta. Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran*. Cetakan kedua belas. Jakarta:Gramedia.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, Masdupi (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Mernajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1): h; 19-28.