

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH PADA BTN SYARIAH KC SOLO DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Fahrur Rozi¹, Ahmad Samingan²

Corresponding Author's : Universitas Islam Negeri Salatiga, Indonesia
Email : fahrurrozi.febi@gmail.com

Copyright © 2024



Abstract: *The study aims to analyze the factors that influence customer loyalty with satisfaction as a mediating variable. This research method uses quantitative methods with a sample size of 100 respondents. The data used in this research is primary data obtained from filling out questionnaires by respondents. The results of this study indicate that communication has no effect on customer loyalty, complain handling has no effect on customer loyalty, service quality has no effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, communication has a positive and significant effect on customer satisfaction, complain handling has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, satisfaction can mediate communication to customer loyalty, satisfaction can mediate complain handling to customer loyalty, satisfaction can mediate service quality to customer loyalty, satisfaction can mediate service quality to customer loyalty*

Keywords: *Communication, Complain Handling, Service Quality*

Abstrak: Penelitian bertujuan menganalisis faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 100 responden. Data yang digunakan pada penilitian ini yaitu data primer yang didapat dari pengisian angket kuesioner oleh para responden. Hasil dari peneltian ini menunjukan bahwa komunikasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, complain handling tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah , complain handling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan dapat memediasi komunikasi terhadap loyalitas nasabah, kepuasan dapat memediasi complain handling terhadap loyalitas nasabah, kepuasan dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

Kata Kunci: Komunikasi, Complain Handling, Kualitas Pelayanan.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang besar seperti zaman sekarang ini telah diwarnai dengan adanya persaingan yang semakin ketat. Timbulnya persaingan yang begitu ketat tersebut diakibatkan karena adanya arus globalisasi semakin meluas bagi para pelaku bisnis. Dengan terjadinya persaingan yang begitu ketat mengakibatkan para kalangan pembisnis saling berlomba-lomba untuk menghadapi kerasnya persaingan antar pembisnis dan juga akan mendapatkan suatu keunggulan persaingan dalam dunia berbisnis. Begitu pula pada industri perbankan yang berada di Indonesia saat ini semakin banyaknya perbankan syariah yang tumbuh menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat, hal tersebut mengakibatkan pihak perbankan harus dapat berusaha memenuhi semua apa yang dikehendaki nasabahnya serta apa yang diperlukan oleh nasabah, salah satu cara yang bisa dilakukan yaitu dengan memberikan dan memaksimalkan pelayanan agar para nasabah tersebut merasa akan kepuasan pelayanan yang telah diberikan.

Pada dunia perbankan tentunya suatu komunikasi sangatlah penting, dikarenakan guna untuk mempertahankan dan menarik nasabah yang baru maupun nasabah yang akan datang. Menurut Handoko (2002) menyatakan bahwa komunikasi ialah sebuah proses perpindahan dalam bentuk pemikiran tentang informasi

dari satu orang ke orang lain. Proses komunikasi tersebut dilakukan secara baik dan benar tanpa ada suatu hambatan, dengan demikian akan bisa menghasilkan suatu komunikasi yang baik pula antara nasabah dengan pihak bank.

Penanganan *complain* pada perbankan sekarang ini dijadikan sebuah kunci dari suatu bank yang akan bertumbuh serta akan berkembang, sebab ketika nasabah tersebut tidak merasakan pelayanan secara nyaman dan juga baik terhadap pihak bank pada saat memberikan suatu keluhan maka dengan mudahnya nasabah tersebut akan beralih pada bank lainnya yang dianggap oleh nasabah tersebut bisa memberikan pelayanan yang dimana bank tersebut bisa melayani masalah apa yang dikeluhkan oleh nasabahnya dengan baik.

Selain adanya *complain handling*, kualitas pelayanan ini juga menjadi faktor yang terpenting dalam hal meningkatkan suatu loyalitas nasabah. Tjiptono (2007) menyebutkan suatu kualitas pelayanan ialah suatu upaya guna memenuhi apa yang konsumen butuhkan serta dikehendak dari konsumen atau nasabah serta dapat menyampaikan secara tepat juga cepat dalam mengimbangi apa yang dikehendaki oleh konsumen tersebut atau nasabah tersebut. Penelitian ini dilakukan guna untuk mengetahui bagaimana pengaruh komunikasi, complain handling dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

BTN Syariah KC Solo dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

KAJIAN TEORI

Perilaku Konsumen

Menurut Kotler (2008) Perilaku konsumen adalah studi dimana seorang individu, kelompok ataupun organisasi memilih dan membeli, menggunakan serta menempatkan barang maupun jasa, gagasan maupun pengalaman guna memenuhi apa yang diinginkan dana apa yang dibutukan mereka. Schiffman dan Kanuk (2008) mrengartikan perilaku konsumen adalah suatu gambaran bagaimana caranya seseorang atau individu dalam mengambil sebuah keputusan yang dapat memanfaatkan sumber daya yang sudah tersedia maupun yang sudah ada (waktu, uang, dan upaya) guna untuk membeli barang yang tentunya berkaitan dengan konsumsi mereka.

Komunikasi

Mulyana (2013) komunikasi ialah sebuah transmisi informasi, keterampilan, gagasan, emosi, dan lain sebagainya melalui mempergunakan simbo, kata, gambar, maupun lainnya. Dengan perilaku atau transmisi itulah yang dapat disebut dengan komunikasi. Dalam sebuah komunikasi yang baik antara pihak nasabah dengan pihak bank akan menciptakan hubungan timbal balik yang baik pula secara berkepanjangan. Komunikasi sendiri akan dapat mempermudah seseorang atau calon nasabah dalam mendapat suatu infioransi dan pemilihan produk

yang sudah diberikan oleh karyawan tentunya yang paling sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

Complain Handling

Daryanto dan Styobudi (2014) keluhan atau complain merupakan pengaduan nasabah dalam menyampaikan ketidaknyamanan, ketidakpuasan dan juga kemarahan mereka atas pelayanan jasa atau produk yang diberikan. Apabila dalam suatu perusahaan tersebut bisa menangani keluhan nasabah dengan baik dan benar maka akan dapat membuat pelanggan atau nasabah yang sebelumnya mengeluh mengenai pelayanan maka akan menjadikan konsumen tersebut menjadi setia. Cara membuat pelanggan atau nasabah agar bisa percaya dan bertahan atas perusahaan tersebut sebaiknya perusahaan dapat menangani keluhan pelanggan atau nasabah terebut secara merata, yang pada akhirnya pelanggan tersebut akan merasakan keloyalan terhadap pelayanan yang ada diperusahaan tersebut.

Kualitas Pelayanan

Dalam berbisnis jasa maupun barang, perilaku dan pelayanan karyawan merupakan bagian yang dapat mempengaruhi kualitas jasa secara signifikan dengan penilaian yang dihasilkan oleh pelanggan. Ketika salah satu bagian tersebut dibiarkan begitu saja atau bahkan disengaja melupakanya, maka dalam jangka waktu yang dekat penyedia jasa

tersebut bisa mengalami penurunan bagitu banyak pelanggan yang sudah lama disana dan akan dijauhi calon nasabah selanjutnya. Kemudian sikap dan cara karyawan ketika akan melayani pelanggan atau nasabah dengan cara memuaskan pelanggan tersebut akan berpengaruh krusial pada penciptaan keunggulan layanan. Keunggulan yang seperti inilah bisa dibuat dengan penyatuan 4 pilar yang saling berhubungan dengan ketepatan, kenyamanan, kecepatan, serta keramahan. Maka dari itu untuk mencapai tingkat keunggulan pelayanan pada suatu perusahaan atau bank, maka setiap karyawan haruslah bisa mempunyai keterampilan dan keahlian yang khusus atau profesional, antara lain yaitu memahami tentang produk atau jasa secara menyeluruh dan mendalam, berpenampilan semenarik mungkin dan rapi, bersikap ramah dan bersahabat, bersikap sopan kepada pelanggan, menunjukan komitmen apa yang sudah disepakati dan responsivitas dalam melayani pelanggan, menguasai pekerjaan tentang apa yang berkaitan langsung maupun tak langsung pada perusahaan, mampu melakukan komunikasi secara efektif, dapat mengerti dalam menangani apa yang dikeluhkan oleh pelanggan tersebut dengan profesional (Tjiptono, 2006).

Loyalitas

Kotler (2007) menjelaskan loyalitas adalah sebuah perilaku dimana diharapkan seseorang pada

sebuah produk yang diberikan atau pelayanan dimana memungkinkan dapat terjadi pembelian yang secara berkelanjutan atau dengan berubah-ubah dalam perjanjian pelayanan, bahkan kebalikanya besar kemungkinan para pelanggan maupun nasabah akan berpindah ke produk lain atau penyedia jasa lainnya.

Kepuasan

Kotler (2009) menjelaskan kepuasan merupakan perasaan suka maupun tidaknya seseorang dimana timbul karena melakukan pembandingan sebuah kinerja maupun pelayanan yang telah dirasakan atau dipersepsikan terhadap angan-angan seseorang. Kepuasan nasabah merupakan modal yang mendasar untuk perusahaan guna meningkatkan beberapa keuntungan tersendiri, pembeli yang merasakan keloyalan adalah suatu aset yang terpenting dalam suatu perusahaan

METODE PENELITIAN

Metode yang akan dipergunakan pada penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif Pada riset ini berpopulasi pada bank BTN syariah KC Solo yaitu sebanyak 754.685 nasabah. dari banyaknya nasabah pada bank BTN Syariah KC Solo tersebut diambil beberapa nasabah untuk dijadikan sampel pada penelitian ini. dengan Teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh nasabah responden. Guna menentukan jumlah sampel dihitung dengan rumus berikut:

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

keterangan:

n = jumlah sampel

N = Jumlah total opulasi

e = Toleransi eror

Perhitungan dengan menggunakan rumus slovin diatas dapat dihitung yakni sebagai berikut:

$$= \frac{754.685}{1+754.685(0,1)^2} = \frac{754.685}{7547.85} = 99,98$$

dibulatkan 100 responden

Variabel yang akan diteliti adalah komunikasi (X1), complain handling (X2), kualitas pelayanan (X3), loyalitas nasabah (Y) dan kepuasan (Z). sedangkan untuk analisis data menggunakan beberapa uji diantaranya uji instrument, uji asumsi klasik, uji statistik dan uji *Path Analisys* yang diolah dengan software SPSS

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Valliditas

Uji validitas kerap dipakai guna menentukan sebuah item yang ada di kuesioner, apakah sudah sesuai saat proses mengukur sesuatu yang akan diukur. Kuesioner dianggap valid ketika r hitung lebih tinggi dibandingkan r tabel dengan tingkat sig. 5%

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan guna mengira kuesioner yang disebut sebagai indikator dari sebuah variable

Tabel 1

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Crombach's Alpha	Keterangan
Komunikasi	0,862	<i>Reliable</i>
Complain Handling	0,864	<i>Reliable</i>
Kualitas Pelayanan	0,871	<i>Reliable</i>
Kepuasan	0,868	<i>Reliable</i>
Loyalitas	0,845	<i>Reliable</i>

Sumber: Data Diolah,2023

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa semua variabel sudah dikatakan reliable, hal tersebut dapat dilihat pada kolom tabel *Crombach's Alpha* yang memiliki nilai > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas ini dilakukan guna untuk menguji suatu model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antar suatu variabel bebas atau variabel independen.

Tabel 2
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Komunikasi	.579	1.727
Complain Handling	.198	5.040
Kualitas Pelayanan	.194	5.143

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabulasi di atas dapat disimpulkan bahwa dari perolehan nilai tolerance tersebut masing-masing dari variabel mempunyai nilai <0,1 dan untuk nilai dari VIF tersebut <10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya

atau tidak terjadinya multikolonieritas pada variabel-variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dipakai guna menentukan apakah varians dari satu pengamatan berbeda secara signifikan dari yang lain dalam model sebuah regresi. Heteroskedastisitas merupakan kondisi yang mana varians dari residual bersifat tidak konstan.

Uji Normalitas

Uji ini dirancang guna menilai atau menguji bagaimana model regresi, data suatu variabel terikat maupun bebas yang telah dipergunakan terdistribusii normal ataupun tidak. Suatu data riset yang bagus ialah yang dimana data tersebut akan berdistribusi secara normal.

Uji Statistik

Uji t (parsial)

Uji t ini dilakukan guna untuk mengetahui bagaimana atau sejauh mana dalam sebuah variabel bebas secara individu yang dapat mempengaruhi terhadap variabel terikat. Kemudian uji t dihitung dengan menggunakan perbandingan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel. Apabila nilai t hitung tersebut lebih besar dari t tabel maka hipotesis akan diterima. Sebaliknya jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka hipotesis akan ditolak. (Ghozali, 2018)

Tabel 3
Hasil Uji t Persamaan 1

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Std. Error	Standar dized Coeffici ents		
1 instant)	4.669	2.051		2.276	.025
unikasi	.195	.085	.169	2.295	.024
plain dling	.380	.121	.397	3.150	.002
itas yan	.279	.105	.339	2.664	.009

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan hasil dari nilai signifikansi variabel komunikasi (X1) diperoleh nilai sebesar $0,024 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa variabel tersebut memberi pengaruh signifikan. Sedangkan dengan menggunakan perbandingan t tabel diperoleh hasil t hitung sebesar $2,295 > 1,660$ dari hasil perbandingan tersebut maka variabel komunikasi memberikan pengaruh positif. Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis "komunikasi berpengaruh positif terhadap kepuasan" diterima.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan hasil dari nilai signifikansi variabel *complain handling* (X2) diperoleh nilai sebesar $0,002 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa variabel tersebut memberi pengaruh yang signifikan. Sedangkan dengan menggunakan perbandingan t tabel diperoleh hasil t hitung sebesar $3,150 > 1,660$ dari hasil perbandingan tersebut

maka variabel *complain handling* memberikan pengaruh positif. Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis “*complain handling* berpengaruh positif terhadap kepuasan” diterima.

Dari tabel diatas dapat dijelaskan hasil dari nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X3) diperoleh nilai sebesar $0,009 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa variabel tersebut memberi pengaruh yang signifikan. Sedangkan dengan menggunakan perbandingan t tabel diperoleh hasil t hitung sebesar $2,664 > 1,660$ dari hasil perbandingan tersebut maka variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif. Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis “kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan” diterima.

Tabel 4
Hasil Uji t Persamaan 2

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standarized Coefficients	Beta		
B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	7.267	3.012		2.413	.018
Komunikasi	.144	.125	.117	1.153	.252
Complain Handling	.235	.181	.230	1.298	.197
Kualitas Pelayanan	-.021	.155	-.024	-.136	.892
Kepuasan	.449	.146	.420	3.079	.003

a. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan hasil dari nilai signifikansi variabel komunikasi (X1) diperoleh nilai sebesar $0,252 > 0,05$. Dapat

diartikan bahwa variabel tersebut tidak memberi pengaruh signifikan. Sedangkan dengan menggunakan perbandingan t tabel diperoleh hasil t hitung sebesar $1,153 < 1,660$ dari hasil perbandingan tersebut maka variabel komunikasi tidak memberikan pengaruh positif. Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis “komunikasi berpengaruh positif terhadap loyalitas” ditolak.

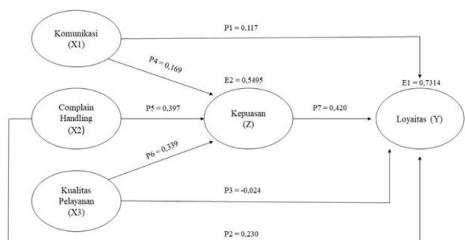
Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan hasil dari nilai signifikansi variabel *complain handling* (X2) diperoleh nilai sebesar $0,197 > 0,05$. Dapat diartikan bahwa variabel tersebut tidak memberi pengaruh yang signifikan. Sedangkan dengan menggunakan perbandingan t tabel diperoleh hasil t hitung sebesar $1.298 < 1,660$ dari hasil perbandingan tersebut maka variabel *complain handling* tidak memberikan pengaruh positif. Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis “*complain handling* berpengaruh positif terhadap loyalitas” ditolak.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan hasil dari nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X3) diperoleh nilai sebesar $0,892 > 0,05$. Dapat diartikan bahwa variabel tersebut tidak memberi pengaruh yang signifikan. Sedangkan dengan menggunakan perbandingan t tabel diperoleh hasil t hitung sebesar $-0,136 < 1,660$ dari hasil perbandingan tersebut maka variabel kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh positif. Dari hasil perhitungan diatas

dapat disimpulkan bahwa hipotesis “kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas” ditolak

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan hasil dari nilai signifikansi variabel kepuasan (Z) diperoleh nilai sebesar $0,003 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa variabel tersebut memberi pengaruh yang signifikan. Sedangkan dengan menggunakan perbandingan t tabel diperoleh hasil t hitung sebesar $3,079 > 1,660$ dari hasil perbandingan tersebut maka variabel kepuasan memberikan pengaruh positif. Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis “kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas” diterima.

Uji Path



Gambar 1 Hasil Uji path

Berdasarkan gambar di atas diketahui pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh seluruh dari riset berikut:

Pengaruh X1 (Komunikasi) terhadap Y (loyalitas) melalui variabel Z (kepuasan nasabah)

$$\begin{aligned} Sp2p3 &= \sqrt{P3^2 + SP^2 + P2^2SP3^2 + SP2^2SP3^2} = \sqrt{(0,449)^2(0,085)^2 + (0,195)^2(0,125)^2 + (0,085)^2(0,125)^2} \\ &= \sqrt{(0,2016 \times 0,0072) + (0,0380 \times 0,0156) + (0,0072 \times 0,0156)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= \sqrt{0,00145 + 0,00059 + 0,00011} \\ &= \sqrt{0,00215} \\ &= 0,04636 \end{aligned}$$

Total dari pengaruh variabel X1 yaitu sebesar 0,195, sementara itu pengaruh tidak langsung yaitu $(0,195 \times 0,449) = 0,087555$ dengan pengaruh $(0,195 + 0,087555) = 0,282555$. Maka dari Sp2p3 dapat dihitung dengan nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus :

$$t = \frac{p2p3}{sp2p3} = \frac{0,282555}{0,04636} = 6,09469$$

oleh sebab itu nilai dari t hitung adalah $6,09469 > t$ tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 1,660. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mediasi.

Pengaruh X2 (*complain handling*) terhadap variabel Y (loyalitas) melalui variabel Z (kepuasan nasabah)

$$\begin{aligned} Sp2p3 &= \sqrt{P3^2SP^2 + P2^2SP3^2 + SP2^2SP3^2} \\ &= \sqrt{(0,449)^2(0,121)^2 + (0,380)^2(0,181)^2 + (0,121)^2(0,181)^2} \\ &= \sqrt{(0,2016 \times 0,014641) + (0,1444 \times 0,0327) + (0,014641 \times 0,0327)} \\ &= \sqrt{0,0029516256} + 0,00472188 + 0,0004787607 \\ &= \sqrt{0,0081522663} \\ &= 0,0902899014 \end{aligned}$$

Total dari pengaruh variabel X2 yaitu sebesar 0,380, sementara itu pengaruh tidak langsung yaitu $(0,380 \times 0,449) = 0,17062$ dengan pengaruh $(0,380 + 0,17062) = 0,55062$. Maka dari Sp2p3 dapat dihitung dengan nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus :

$$t = \frac{p2p3}{sp2p3} = \frac{0,55062}{0,0902899014} = 6,0983564215$$

oleh sebab itu nilai dari t hitung adalah 6,0983564215 > t tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 1,660. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mediasi

Pengaruh X3 (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (loyalitas) melalui variabel Z (kepuasan nasabah)

$$\begin{aligned} Sp2p3 &= \sqrt{P3^2 SP^2 + P2^2 SP3^2 + SP2^2 SP3^2} \\ &= \sqrt{(0,449)^2(0,105)^2 + (0,279)^2(0,155)^2} \\ &\quad + (0,105)^2(0,155)^2 \\ &= \sqrt{(0,2016 \times 0,011025) + (0,006241 \times 0,024025)} + (0,011025 \times 0,024025) \\ &= \sqrt{0,00222264} + 0,00014994 + 0,0002648756 \\ &= \sqrt{0,0026374556} \\ &= 0,0513561642 \end{aligned}$$

Total dari pengaruh variabel X3 yaitu sebesar 0,279, sementara itu pengaruh tidak langsung yaitu $(0,279 \times 0,449) = 0,125271$ dengan pengaruh $(0,279 + 0,125271) = 0,404271$. Maka dari Sp2p3 dapat dihitung dengan nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus :

$$t = \frac{p2p3}{sp2p3} = \frac{0,404271}{0,0513561642} = 7,8719080036$$

oleh sebab itu nilai dari t hitung adalah 7,8719080036 > t tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 1,660. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mediasi.

PENUTUP

Hasil pembahasan pada diatas maka dapat disimpulkan bahwa Komunikasi tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah (1), Complain handling tidak berpengaruh pada

loyalitas nasabah (2), Kualitas peyalanlan tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah (3), Kepuasan nasabah secara positif signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah (4), Komunikasi secara positif signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah (5), Complain handling berpengaruh positif signifikan pada kepuasan nasabah (6), Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan pada kepuasan nasabah (7), Kepuasan dapat memediasi komunikasi pada loyalitas nasabah (8), Kepuasan dapat memediasi complain handling pada loyalitas nasabah (9), Kepuasan dapat memediasi kualitas pelayanan pada loyalitas nasabah (10).

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- D., Mulyana. (2013). Ilmu Komunikasi, Suatu pengantar. Cetakan Kelimabelas. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- F, Tjiptono. (2006). Pemasaran Jasa, Malang: Bayu Media.
- Handoko, T. H. (2002). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE.
- I, Daryanto dan Styobudi. (2014). Konsumen Dan Pelayanan Prima, Gava Media.
- Imam, Ghazali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 25.
- P, K. (2007). Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi 12. jJakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Tjiptono, F. (2007). Issue Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.).
- Kotler, P. &. (2009). In Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga.
- Kotler, P. &. (2008). Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas. Jilid

1. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi, Yogykarta: Andi.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif Dan R&D). Alfabeta