

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH PADA BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG BANJARMASIN

Mahyuni

(Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin)

M. Riza Firdaus

(Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin)

ABSTRACT

*This study analyzes the factors that influence customer loyalty Banjarmasin Branch of Bank **Muamalat** Indonesia. The problems in this research is how the influence of service quality on customer satisfaction, trust, commitment and customer loyalty, how to influence satisfaction, corporate image, trust and commitment to loyalty. The purpose of the research was to determine and analyze various factors that influence loyalty. The research sample totaled 110 respondents. Data were analyzed using SEM. The results showed an effect of service quality on satisfaction, trust, commitment and loyalty. Corporate image effect on loyalty. Meanwhile, customer satisfaction, trust and commitment are not shown to influence the customer loyalty.*

Keywords :

Service Quality, Satisfaction, Corporate Image, Trust, Commitment, Loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, kepercayaan, komitmen dan loyalitas nasabah, bagaimana pengaruh kepuasan, citra perusahaan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas. Tujuan penelitian adalah mengetahui dan menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi loyalitas. Sampel penelitian berjumlah 110 responden. Analisis data menggunakan SEM. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, kepercayaan, komitmen dan loyalitas. Citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas. Sedangkan kepuasan nasabah, kepercayaan dan komitmen tidak terbukti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci :

Kualitas Layanan, Kepuasan, Citra Perusahaan, Kepercayaan, Komitmen, Loyalitas

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan Syariah di Indonesia dimulai tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI), serta dengan disahkannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang kemudian mengalami perubahan sehingga dikeluarkanlah UU No. 10 Tahun 1998. Perkembangan dari sisi perundangan tersebut adalah wujud pengakuan Bank Indonesia terhadap keberadaan Bank Syariah. Dengan diberlakukannya Undang-undang No. 10 Tahun 1998 sebagai perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, maka hal ini memberikan peluang kepada Bank Umum yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional untuk melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah.

Semakin ketatnya persaingan dalam industri perbankan Syariah tersebut sudah barang tentu mendorong perbankan Syariah untuk cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat di sekitarnya, khususnya terkait dengan perkembangan loyalitas nasabah.

Liu dan Wu (2007) menyatakan bahwa layanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan jasa, dimana perusahaan yang mampu memberikan layanan yang baik kepada nasabah atau pelanggannya akan memiliki peluang besar untuk bisa terus dikunjungi oleh pelanggannya.

Faktor berikutnya yang tak kalah penting pengaruhnya terhadap tingkat loyalitas nasabah adalah tingkat kepuasan nasabah. Abedniya et al. (2011) menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan fitur penting untuk setiap perusahaan dan organisasi karena merupakan faktor utama yang dapat mengarahkan pada peningkatan pendapatan bagi perusahaan.

Begitu juga menurut Mittal dan Kamakura (2001) dalam Abedniya et al. (2011) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah indikator utama untuk retensi pelanggan di masa depan, karena dapat memberikan jaminan bahwa pelanggan tidak akan mengubah pilihan layanan atau penyedia produk sepanjang mereka puas dengan pembelian mereka.

Faktor lain yang juga berpengaruh penting dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah citra perusahaan, sebagaimana hasil penelitian dari Bontis dan Booker (2007) yang menyatakan bahwa nasabah akan cenderung mendatangi atau akan menjadi bagian dari perusahaan (Bank) tersebut apabila telah memiliki gambaran tentang apa yang akan dialami dan rasakan dengan berdasarkan pada pengalaman-pengalaman sebelumnya.

Beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan dan komitmen nasabah juga berpengaruh pada tingkat loyalitas konsumen. Nielsen (1998) mengemukakan bahwa meningkatnya komitmen akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Ramsey dan Sohi (1997) mengemukakan bahwa kepercayaan merupakan elemen penting yang berpengaruh pada kualitas suatu hubungan.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka terlihat beberapa faktor penting yang berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabah. Faktor-faktor penting tersebut adalah

kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, citra perusahaan, kepercayaan nasabah dan komitmen nasabah.

Berdasarkan survey dari Markplus Insight bekerja sama dengan Majalah InfoBank dalam rangka “*Indonesian Bank Loyalty Index*” tercatat bahwa dalam beberapa tahun terakhir, Bank Muamalat Indonesia telah meraih beberapa kali penghargaan sebagai Bank Syariah dengan nasabah tabungan Syariah terloyal. Namun belum diketahui, bagaimana tingkat loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia yang ada di Kota Banjarmasin berikut faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas nasabahnya, karena survey tersebut hanya dilakukan di 6 (enam) kota besar di Indonesia yang terdiri dari Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, dan Makassar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan nasabah Bank Muamalat Cabang Banjarmasin?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap komitmen nasabah Bank Muamalat Cabang Banjarmasin?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin?
6. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin?
7. Bagaimana pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin?
8. Bagaimana pengaruh komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan nasabah Bank Muamalat Cabang Banjarmasin
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap komitmen nasabah Bank Muamalat Cabang Banjarmasin.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.
7. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.
8. Mengetahui dan menganalisis pengaruh komitmen terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Cabang Banjarmasin.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Tempat Penelitian

Ditinjau dari tujuannya, penelitian ini dikategorikan dalam penelitian pengujian hipotesis. Metode survey digunakan dalam penelitian ini, yaitu pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Dilihat dari hubungan antar variabelnya, penelitian ini merupakan penelitian kausalitas atau sebab akibat, yaitu penelitian yang diadakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel bagaimana variabel yang satu menyebabkan atau menentukan nilai variabel yang lain. Tempat dilaksanakannya penelitian ini adalah di Kota Banjarmasin dengan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah Bank Muamalat yang ada di Kota Banjarmasin.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang terbagi dalam 44 indikator yaitu kualitas pelayanan (25 indikator), kepuasan nasabah (3 indikator), citra perusahaan (4 indikator), kepercayaan (5 indikator), komitmen (3 indikator), dan loyalitas nasabah (4 indikator).

Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin.

Populasi dan Ukuran Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin yang beragama Islam dan berjumlah 110 orang.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 6 variabel besar yang akan diteliti, yaitu kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepercayaan, komitmen, kepuasan nasabah dan loyalitas.

Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan dalam bentuk kuesioner dan dibuat dalam bentuk pernyataan dengan menggunakan skala 1 - 10.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan atau pengaruh. Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka teknik

analisis yang digunakan adalah SEM atau *Structural Equation Model*. Menurut Ferdinand (2006), terdapat tujuh langkah yang harus dilakukan apabila menggunakan pemodelan SEM, yaitu pengembangan model berdasarkan teori, pengembangan diagram alur untuk menunjukkan hubungan kausalitas, konversi diagram alur ke dalam serangkaian persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran, pemilihan matrik input dan teknik estimasi atas model yang dibangun (kovarians atau korelasi), menilai kemungkinan munculnya problem identifikasi, evaluasi Kriteria *Goodness of Fit*, dan interpretasi dan modifikasi model.

HASIL PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan pengolahan data penelitian dengan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dan berdasarkan ketentuan bahwa adanya pengaruh positif ditandai dengan nilai C.R yang positif dan pengaruh bisa dikatakan signifikan apabila nilai CR > 2 serta nilai P < 0,05, maka dapat dijawab hipotesis-hipotesis dalam penelitian yang dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1
Hasil pengujian hipotesis

No.	Hipotesis	C.R	P	Hasil uji hipotesis	Kekuatan pengaruh
H1	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah	3,211	0,001	Diterima	0,408
H2	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah	3,609	***	Diterima	0,504
H3	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap komitmen nasabah	4,094	***	Diterima	0,546
H4	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah	2,682	0,007	Diterima	0,372
H5	Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah	1,76	0,078	Ditolak	0,177
H6	Citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah	2,896	0,04	Diterima	0,282
H7	Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah	0,953	0,34	Ditolak	0,105
H8	Komitmen berpengaruh terhadap loyalitas nasabah	0,82	0,41	Ditolak	0,089

Penjelasan hasil pengujian hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini bisa dilihat dari nilai

CR sebesar 3.211 (>2) dan nilai P sebesar 0,001 (< 0,05) dengan kekuatan pengaruh sebesar 0,408.

2. Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah. Hal ini bisa dilihat dari nilai CR sebesar 3,609 (>2) dan P yang bertanda *** yang artinya sangat signifikan dengan kekuatan pengaruh sebesar 0,504.
3. Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap komitmen nasabah. Hal ini bisa dilihat dari nilai CR sebesar 4,094 (>2) dan P yang bertanda *** yang artinya sangat signifikan dengan kekuatan pengaruh sebesar 0,546.
4. Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini bisa dilihat dari nilai CR sebesar 2,682 (>2) dan nilai P sebesar 0,007 (<0,05) dengan kekuatan pengaruh sebesar 0,372.
5. Hasil pengujian hipotesis 5 menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak terbukti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada taraf signifikansi 5% namun berpengaruh signifikan pada taraf signifikansi 8% yang artinya bahwa walaupun hipotesis ini ditolak namun sebenarnya sudah mendekati untuk diterima.
6. Hasil pengujian hipotesis 6 menunjukkan bahwa citra perusahaan terbukti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini bisa dilihat dari nilai CR sebesar 2,896 (>2) dan nilai P sebesar 0,04 (<0,05) dengan kekuatan pengaruh sebesar 0,282.
7. Hasil pengujian hipotesis 7 menunjukkan bahwa kepercayaan tidak terbukti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini bisa dilihat dari nilai CR sebesar 0,953 (<2) dan nilai P sebesar 0,34 (>0,05).
8. Hasil pengujian hipotesis 8 menunjukkan bahwa komitmen tidak terbukti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini bisa dilihat dari nilai CR sebesar 0,82 (<2) dan nilai P sebesar 0,41 (>0,05).

Kontribusi/implikasi teoritis

Implikasi teoritis penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Implikasi/Kontribusi Teoritis Hasil Penelitian

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian	Kontribusi/Implikasi Teoritis
1.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah	Diterima	Hasil penelitian ini membuktikan dan menguatkan hasil penelitian dari Dharmalingam et al. (2010), Kheng (2010), Siddiqi (2011), Bontis dan Booker (2007), Krismanto (2009) dan Abedniya et al. (2011) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian dari Qomariah (2011) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian	Kontribusi/Implikasi Teoritis
2.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah	Diterima	<p>Hasil penelitian ini membuktikan dan menguatkan hasil penelitian dari Taleghani (2011) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pelanggan.</p> <p>Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian dari Fihartini (2010) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan.</p>
3.	Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap komitmen nasabah	Diterima	<p>Hasil penelitian ini membuktikan dan menguatkan hasil penelitian dari Taleghani (2011) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap komitmen pelanggan.</p> <p>Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian dari Sukmawati (2011) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap komitmen pelanggan.</p>
4.	Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah	Diterima	<p>Hasil penelitian ini membuktikan dan menguatkan hasil penelitian dari Kheng (2010) yang menyatakan bahwa loyalitas dipengaruhi oleh kualitas pelayanan</p> <p>Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian dari Qomariah (2011) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.</p>
5.	Kepuasan nasabah berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah	Ditolak	<p>Hasil penelitian ini membuktikan dan menguatkan hasil penelitian dari Andreassen dan Lindestad (1997) menyatakan bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</p> <p>Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian dari Dharmalingam et al. (2010), Kheng (2010), Siddiqi (2011), Bontis dan Booker (2007) dan Krismanto (2009) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan nasabah.</p>
6.	Citra perusahaan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah	Diterima	<p>Hasil penelitian ini membuktikan dan menguatkan hasil penelitian dari Bontis dan Booker (2007), Helgesen dan Nettet (2007), Siddiqi (2010) dan Krismanto (2009) yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.</p> <p>Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian dari Atmaja (2011) yang menyatakan bahwa citra tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan</p>

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian	Kontribusi/Implikasi Teoritis
7.	Kepercayaan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah	Ditolak	Hasil penelitian ini membuktikan dan menguatkan hasil penelitian dari Eid (2011) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian dari Morgan dan Hunt (1994) dan Abbasi et al. (2012) yang menyatakan bahwa loyalitas dipengaruhi oleh kepercayaan
8.	Komitmen berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah	Ditolak	Hasil penelitian ini membuktikan dan menguatkan hasil penelitian dari Saputra (2011) yang menyatakan bahwa komitmen nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian dari Nielsen (1998) dan Abbasi et al. (2012) yang menyatakan bahwa loyalitas dipengaruhi oleh komitmen pelanggan.

Sumber: Data Penelitian, diolah oleh peneliti (2012)

Kontribusi/implikasi managerial

1. Implikasi managerial terkait hasil pengujian hipotesis 1

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1, didapatkan temuan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adapun langkah-langkah managerial yang semestinya dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Implikasi Managerial Hipotesis 1

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruksi		Implikasi Managerial
	Notasi	Indikator	
Compliance	X12	Kepatuhan terhadap ketentuan pelayanan yang islami	Senantiasa berhati-hati dalam memberikan pelayanan agar baik produk maupun jasa yang diberikan dapat terhindar dari hal-hal yang bertentangan dengan syariat Islam. Mempublikasikan secara terbuka hasil penilaian dari Dewan Pakar Syariah tentang kehalalan produk maupun jasa yang selama ini diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia.

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruk		Implikasi Managerial
	Notasi	Indikator	
Assurance	X23	Kesopanan Karyawan Bank Muamalat Indonesia	<p>Berusaha menggali aspirasi serta hasil penilaian dari nasabah, misalnya dengan penyebaran angket untuk mengetahui apa saja yang diinginkan oleh nasabah terkait dengan kesopanan karyawan serta bagaimana penilaian karyawan terhadap kesopanan karyawan selama ini pada saat memberikan pelayanan kepada nasabah.</p> <p>Apabila sudah diketahui aspirasi serta hasil penilaian nasabah terhadap kesopanan karyawan pada waktu memberikan pelayanan, maka segera diadakan evaluasi/perbaikan, khususnya apabila ternyata masih ada ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kesopanan karyawan selama ini.</p>
Reliability	X32	Perhatian yang diberikan karyawan terhadap permasalahan nasabah	<p>Melakukan pendataan permasalahan apa saja yang sering dialami oleh nasabah tabungan.</p> <p>Mengupayakan adanya prosedur terbaik (aman, cepat dan efisien) dalam memecahkan permasalahan-permasalahan yang kemungkinan dihadapi oleh nasabah tersebut</p>
Tangible	X41	Peralatan-peralatan yang modern	<p>Senantiasa memantau kelayakan peralatan-peralatan terkait dengan pelayanan yang diberikan kepada nasabah tabungan, seperti mesin ATM ataupun layanan SMS/Internet Banking.</p> <p>Segera dilakukan perbaikan apabila ada gangguan ataupun kerusakan pada peralatan-peralatan penunjang terkait dengan pelayanan terhadap nasabah.</p>
Emphaty	X51	Perhatian pribadi yang diberikan karyawan kepada nasabah	<p>Melakukan pendataan tentang bentuk-bentuk perhatian pribadi apa saja yang selama ini telah diberikan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia terhadap nasabah.</p> <p>Apabila perhatian pribadi kepada nasabah selama ini ternyata masih kurang, maka segera dilakukan perbaikan, dan apabila ternyata sudah banyak/bagus, maka hal tersebut harus dipertahankan.</p>

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruk		Implikasi Managerial
	Notasi	Indikator	
Respon-siveness	X63	Kesediaan karyawan membantu nasabah	Menggali penilaian dari nasabah, misalnya dengan penyebaran angket terkait kesediaan karyawan selama ini dalam membantu nasabah Melakukan evaluasi/perbaikan apabila ternyata masih banyak kekecewaan nasabah karena kurangnya kesediaan karyawan dalam membantu nasabah, atau dipertahankan apabila ternyata kesediaan karyawan Bank Muamalat Indonesia dalam membantu nasabah sudah baik menurut nasabah.

Sumber: Data Penelitian, diolah oleh peneliti (2012)

2. Implikasi managerial terkait hasil pengujian hipotesis 2

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2, didapatkan temuan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Adapun langkah-langkah yang semestinya dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Implikasi Managerial Hipotesis 2

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruk		Implikasi Managerial
	Notasi	Indikator	
Compliance	X12	Kepatuhan terhadap ketentuan pelayanan yang islami	Kepatuhan Bank Muamalat Indonesia terhadap ketentuan pelayanan yang islami/sesuai syariat Islam hendaknya tidak hanya ditunjukkan dengan penggunaan istilah-istilah layanan dalam bahasa Arab, seperti <i>Nisbah</i> (bagi hasil), <i>Sohibul Maal</i> (pemilik dana), dan istilah-istilah lainnya, akan tetapi bisa ditunjukkan juga kepada nasabah bagaimana teknis perhitungan bagi hasil sehingga nasabah benar-benar percaya bahwa bagi hasil yang mereka dapatkan bukanlah bunga seperti pada bank konvensional
Assurance	X23	Kesopanan Karyawan Bank Muamalat Indonesia	Selektif dalam penempatan karyawan, terutama untuk bagian-bagian yang berinteraksi langsung dengan nasabah, hendaknya dipilih karyawan yang tepat dan telah diberikan training yang cukup tentang bagaimana memberikan pelayanan yang sopan kepada nasabah.

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruk		Implikasi Managerial
	Notasi	Indikator	
Reliability	X32	Perhatian yang diberikan karyawan terhadap permasalahan nasabah	Berusaha memberikan pelayanan yang cepat, aman dan efisien dalam menangani permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh nasabah tabungan, seperti misalnya hilang atau rusaknya kartu ATM/ buku tabungan ataupun misalnya lupa password internet banking. Permasalahan-permasalahan tersebut harus ditangani dengan segera dengan proses yang tidak berbelit-belit tapi tetap memperhatikan aspek keamanan sehingga tidak berujung pada kekecewaan nasabah.
Tangible	X41	Peralatan-peralatan yang modern	Selalu diupayakan untuk melakukan penyesuaian peralatan-peralatan yang selama ini digunakan dengan perkembangan teknologi yang ada, dimana apabila ada peralatan dengan teknologi baru, maka pihak Bank Muamalat Indonesia harus mengupayakan untuk dapat menggunakan peralatan tersebut, sehingga tidak dianggap ketinggalan dengan bank lain.
Emphaty	X51	Perhatian pribadi yang diberikan karyawan kepada nasabah	Mengusahakan adanya interaksi yang bersifat pribadi dengan nasabah baik lewat SMS, telepon ataupun surat khususnya terhadap nasabah dengan jumlah deposit besar ketika terjadi moment-moment spesial seperti hari ulang tahun misalnya dengan memberikan ucapan selamat ulang tahun kepada nasabah tersebut. Pemberian souvenir yang menarik kepada nasabah, khususnya kepada nasabah dengan deposit besar. Mengusahakan adanya layanan prioritas yang khusus diberikan kepada nasabah dengan deposit besar.
Respon-siveness	X63	Kesediaan karyawan membantu nasabah	Memberikan training serta pemberian motivasi yang cukup kepada karyawan, khususnya yang berinteraksi langsung dengan nasabah, agar bersedia memberikan bantuan kepada nasabah yang memerlukan bantuan dari karyawan BMI.

Sumber: Data Penelitian, diolah oleh peneliti (2012)

3. Implikasi managerial terkait hasil pengujian hipotesis 3

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3, didapatkan temuan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah. Adapun langkah-langkah yang

semestinya dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Implikasi Managerial Hipotesis 3

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruk		Implikasi Managerial
	Notasi	Indikator	
Compliance	X12	Kepatuhan terhadap ketentuan pelayanan yang islami	Berusaha memberikan kesan yang mendalam bahwa BMI benar-benar berbeda dengan bank konvensional, khususnya terkait dengan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Hal ini bisa dilakukan misalnya <i>customer service</i> yang berinteraksi dengan nasabah yang akan membuka rekening tabungan selalu memberikan penjelasan secara detail tentang mekanisme bisnis yang ada di BMI berikut data-data penunjang misalnya hasil sertifikasi (apabila ada) dari MUI tentang kehalalan bisnis dari BMI
Assurance	X23	Kesopanan Karyawan Bank Muamalat Indonesia	Penempatan karyawan yang selektif disertai dengan pemberian training yang cukup, khususnya kepada karyawan yang berinteraksi langsung kepada nasabah, khususnya lagi disertai tata cara pemberian pelayanan kepada nasabah pada waktu interaksi pertama kali dengan nasabah pada saat membuka rekening tabungan.
Reliability	X32	Perhatian yang diberikan karyawan terhadap permasalahan nasabah	Selalu memberikan perhatian terhadap permasalahan yang dihadapi oleh nasabah, khususnya terhadap nasabah baru yang akan membuka rekening tabungan, misalnya memberitahukan hal-hal apa saja yang perlu diketahui oleh nasabah baru terkait pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh pihak bank ataupun hak dan kewajiban nasabah.
Tangible	X41	Peralatan-peralatan yang modern	Pelayanan yang diberikan, khususnya kepada nasabah baru diusahakan menggunakan peralatan-peralatan modern sehingga dapat diberikan pelayanan yang cepat dan menimbulkan kesan mendalam di hati nasabah bahwa sebagai bank syariah, Bank Muamalat Indonesia tidak kalah dengan bank konvensional terkait dengan peralatan-peralatan penunjang yang digunakan.

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruk		Implikasi Managerial
	Notasi	Indikator	
Emphaty	X51	Perhatian pribadi yang diberikan karyawan kepada nasabah	Sedapat mungkin dijalin hubungan yang bersifat emosional dengan nasabah, tidak hanya berupa hubungan kemitraan khususnya terhadap nasabah baru, misalnya <i>customer service</i> dapat menanyakan hal-hal yang bersifat pribadi seperti suku, tempat kelahiran, tempat kerja, hobi/kesukaan dan pembicaraan seperlunya yang dapat menimbulkan suasana keakraban antara nasabah dengan pihak Bank Muamalat Indonesia.
Respon-siveness	X63	Kesediaan karyawan membantu nasabah	Memberikan kemudahan kepada nasabah baru pada waktu membuka rekening, dimana diupayakan agar nasabah hanya mengisi kolom-kolom seperlunya saja pada formulir-formulir yang diperlukan dan sisanya dapat diisi oleh karyawan. Diupayakan kesediaan karyawan membantu calon nasabah dalam menggandakan dokumen-dokumen yang diperlukan seperti misalnya copy KTP, sehingga tidak perlu dicopy sendiri oleh nasabah.

Sumber: Data Penelitian, diolah oleh peneliti (2012)

4. Implikasi managerial terkait hasil pengujian hipotesis 4

Kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun langkah-langkah yang semestinya dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Implikasi Managerial Hipotesis 4

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruk		Implikasi Managerial
	Notasi	Indikator	
Compliance	X12	Kepatuhan terhadap ketentuan pelayanan yang islami	Senantiasa berusaha mematuhi fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh industri perbankan syariah. Memberikan pelatihan kepada karyawan terutama kepada karyawan baru tentang bagaimana teknik-teknik pemberian pelayanan yang sesuai dengan syariat Islam

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruk		Implikasi Managerial
	Notasi	Indikator	
Assurance	X23	Kesopanan Karyawan Bank Muamalat Indonesia	<p>Berhati-hati dalam melakukan rekrutmen dan penempatan karyawan khususnya terkait dengan kriteria penilaian tingkat kesopanan terhadap nasabah</p> <p>Senantiasa memantau kinerja karyawan terkait dengan tingkat kesopanan karyawan ketika memberikan pelayanan kepada nasabah</p> <p>Memberikan <i>reward</i> baik berupa bonus maupun penghargaan terhadap karyawan yang dinilai mempunyai kesopanan yang tinggi dalam melayani nasabah</p>
Reliability	X32	Perhatian yang diberikan karyawan terhadap permasalahan nasabah	<p>Selektif dalam menempatkan karyawan yang berinteraksi langsung dengan nasabah dimana salah satu kriteria yang penting untuk dimiliki oleh karyawan tersebut adalah yang mempunyai kepekaan untuk dapat menyelami sekaligus pula punya kepedulian terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.</p> <p>Memberikan training motivasi kepada karyawan agar mempunyai kemauan untuk memberikan perhatian kepada nasabah terkait dengan permasalahan yang sedang dihadapi nasabah</p>
Tangible	X41	Peralatan-peralatan yang modern	Berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas dari peralatan-peralatan yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia dengan cara mengadakan regenerasi peralatan-peralatan yang sudah tidak using ataupun produktif lagi
Emphaty	X51	Perhatian pribadi yang diberikan karyawan kepada nasabah	<p>Berkomunikasi dengan nasabah baik secara langsung maupun lewat media seperti telepon atau SMS terkait dengan hal-hal yang bersifat pribadi, misalnya dengan menyampaikan ucapan selamat ulang tahun atau hari raya kepada nasabah</p> <p>Memberikan souvenir-souvenir yang menarik kepada nasabah</p>

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruk		Implikasi Managerial
	Notasi	Indikator	
Respon-siveness	X63	Kesediaan karyawan membantu nasabah	Senantiasa berusaha menumbuhkan kesadaran pada diri karyawan masing-masing agar bersedia memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah, misalnya lewat training-training motivasi yang diberikan kepada karyawan. Memberikan <i>reward</i> baik berupa bonus maupun penghargaan kepada karyawan yang mempunyai kinerja baik, dimana salah satu kriteria penilaiannya adalah kesediaan karyawan untuk membantu nasabah

Sumber: Data Penelitian, diolah oleh peneliti (2012)

5. Implikasi managerial terkait hasil pengujian hipotesis 5

Kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun langkah-langkah managerial yang semestinya dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah agar berpengaruh signifikan terhadap dijadikannya Bank Muamalat Indonesia sebagai pilihan pertama dalam mempergunakan jasa lembaga keuangan difokuskan pada indikator-indikator dari kepuasan nasabah dengan nilai loading yang tidak terlalu tinggi yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7
Implikasi Managerial Hipotesis 5

Indikator		Implikasi Managerial
Notasi	Indikator	
Y11	Pilihan yang tepat	Pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin harus bisa meyakinkan nasabah bahwa menjadi nasabah tabungan Bank Muamalat Indonesia merupakan pilihan yang tepat bagi nasabah. Untuk itu, maka pihak Bank Muamalat Indonesia harus bisa menyediakan pelayanan dan fitur-fitur produk tabungan yang tidak kalah dengan yang ada di bank syariah lain maupun yang ada di bank konvensional. Pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin juga harus bisa meyakinkan khususnya kepada nasabah yang yang membutuhkan pelayanan perbankan yang bebas riba dan praktik-praktik yang diharamkan syariah bahwa Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah yang tepat dan mampu memenuhi kebutuhan mereka tersebut.

Indikator		Implikasi Managerial
Notasi	Indikator	
Y13	Kepuasan fasilitas	Pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin harus bisa menjamin kepuasan nasabah terkait fasilitas-fasilitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Untuk itu maka harus senantiasa dipantau tentang bagaimana persepsi nasabah tabungan terhadap berbagai fasilitas-fasilitas pelayanan yang telah diberikan selama ini, misalnya melalui penyebaran angket, kotak saran, e-mail maupun <i>call centre customer service</i> dan apabila ada keluhan-keluhan yang muncul dari nasabah terkait penyediaan fasilitas-fasilitas tersebut, maka pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin harus segera merespon dan melakukan pembenahan agar tidak mengecewakan nasabahnya.

Sumber: Data Penelitian, diolah oleh peneliti (2012)

6. Implikasi managerial terkait hasil pengujian hipotesis 6

Citra Perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Langkah-langkah yang semestinya dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin antara lain:

- a.. Memberikan gambaran secara lebih transparan mengenai mekanisme pemberian bagi hasil/*nisbah* yang diberikan kepada nasabah tabungan sehingga dapat mencegah munculnya persepsi dari nasabah bahwa bagi hasil/*nisbah* yang dibagikan kepada nasabah tidak jauh berbeda dengan bunga yang ada di bank konvensional.
- b. Lebih mengencarkan promosi lewat berbagai media massa baik cetak maupun elektronik terkait dengan kemurnian penerapan syariat Islam di Bank Muamalat Indonesia.

7. Implikasi managerial terkait hasil pengujian hipotesis 7

Kepercayaan nasabah tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun langkah-langkah yang semestinya dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk dapat meningkatkan kepercayaan nasabah agar berpengaruh signifikan terhadap dijadikannya Bank Muamalat Indonesia sebagai pilihan pertama dalam mempergunakan jasa lembaga keuangan sebagai indikator yang mewakili loyalitas nasabah adalah dengan melakukan beberapa langkah-langkah managerial, terutama difokuskan pada beberapa indikator yang memiliki nilai loading tidak terlalu tinggi sebagai berikut:

Tabel 8
Implikasi Managerial Hipotesis 7

Indikator		Implikasi Managerial
Notasi	Indikator	
Y21	Nilai Syariah	Pihak Bank Muamalat Indonesia harus bisa meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap penerapan nilai-nilai syariah, misalnya pada saat promosi maupun pada saat nasabah mengajukan permohonan pembuatan rekening tabungan diberitahukan mengenai keberadaan Dewan Pengawas Syariah yang selalu memantau kesesuaian praktik bisnis dengan ketentuan syariat Islam. Hal lain yang bisa dilakukan adalah dengan mempublikasikan testimoni-testimoni baik dari anggota Dewan Syariah Nasional ataupun ulama-ulama terkenal mengenai kesesuaian praktik bisnis BMI dengan ketentuan syariat Islam.
Y23	Kejujuran	Pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin harus bisa meyakinkan nasabah bahwa nisbah atau bagi hasil yang dibagikan tidak sama seperti bunga yang ada di bank konvensional. Upaya yang dapat dilakukan misalnya adalah dengan mempublikasikan teknik/rumus perhitungan nisbah berikut contohnya dalam bentuk perhitungan.
Y24	Kepedulian	Pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin harus bisa meyakinkan nasabah tentang kepeduliannya terhadap kepentingan nasabah. Upaya yang dapat dilakukan diantaranya adalah dengan memberitahukan kepada nasabah tentang kesediaan pihak Bank Muamalat Indonesia untuk menerima saran, permohonan bantuan maupun komplain dari nasabah baik melalui kotak saran, langsung datang kepada <i>costumer service</i> maupun lewat layanan call centre
Y25	Kredibilitas	Pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin harus bisa meyakinkan nasabah bahwa Bank Muamalat Indonesia merupakan Bank Syariah yang kredibel. Upaya yang dapat dilakukan diantaranya adalah dengan mempublikasikan kepada nasabah tentang berbagai penghargaan yang selama ini telah berhasil diraih oleh Bank Muamalat Indonesia sebagai bukti bahwa Bank Muamalat Indonesia memang merupakan Bank Syariah yang kredibel.

Sumber: Data Penelitian, diolah oleh peneliti (2012)

8. Implikasi managerial terkait hasil pengujian hipotesis 8

Komitmen nasabah tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun langkah-langkah yang semestinya dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk dapat meningkatkan komitmen nasabah agar berpengaruh signifikan terhadap dijadikannya Bank Muamalat Indonesia sebagai pilihan pertama dalam mempergunakan jasa lembaga keuangan sebagai indikator yang mewakili loyalitas nasabah

adalah dengan melakukan beberapa langkah-langkah managerial, terutama difokuskan pada beberapa indikator yang memiliki nilai loading tidak terlalu tinggi sebagai berikut:

Tabel 9
Implikasi Managerial Hipotesis 8

Indikator		Implikasi Managerial
Notasi	Indikator	
Y31	Usaha maksimal untuk menjaga hubungan baik	Pihak BMI Cabang Banjarmasin harus bisa memberikan pelayanan prima dan berkesan baik di hati nasabah baik yang terkait dengan pelayanan oleh karyawan dan fasilitas perbankan yang handal.
Y32	Perasaan memiliki	Pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin harus bisa menumbuhkan perasaan memiliki di kalangan nasabah, agar hubungan yang terjalin tidak hanya terkesan hubungan antara Bank dengan nasabah, namun lebih erat lagi. Langkah-langkah yang bisa diambil misalnya dengan semakin sering mengadakan event-event keakraban serta memajang ucapan terima kasih kepada nasabah atas partisipasi mereka Ikut memajukan BMI.

Sumber: Data Penelitian, diolah oleh peneliti (2012)

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, M. Taimoor Hasan dan Abia Anwar. 2012. *Measuring customer loyalty of Islamic Banking in Bahawalpur Region*. International Journal of Learning & Development, Vol. 2, No. 2 p. 10,1 – 111.
- Abedniya, Abed.,Zaeim, M. N. & Hakimi, Bardia Yousef. 2011. *Investigating the Relationship between Customers' Perceived Service Quality and Satisfaction: Islamic Bank in Malaysia*. European Journal of Social Sciences – Volume 21, Number 4.
- Bontis, Nick., and Lorne D. Booker. 2007. *The mediating effect of orgnizational reputation on customer loyalty and service recomendation in banking industry*. Management Decion. Vol. 45 No. 9 p. 1426-1445
- Dharmalingam, S, R. Ramesh, and K. V. Kannan. 2010. *Investigating the service quality dimensions to customer satisfaction and loyalty of new private sector bank in Tamilnadhu - An Empirical Study*. The International Journal's Research Journal of Social Science & Management, Vol. 01 No. 04 p. 36 – 46.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Structural Equation Modelling dalam penelitian manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kheng, Lo Liang. Osman Muhamad, T. Ramayah, and Rahim Mosahab. 2010. *The impact of service quality on customer loyalty: A study of bank in Penang, Malaysia*, International Journal of Marketing Studies. Vol. 2 No. 2 p. 57 – 66.

- Krismanto, Adi. 2009. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura)*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Liu, Tsug-Chi and Li Wei Wu. 2007. *Customer retention and cross-buying in the banking industry : An Integration of service attributes, satisfaction and trust*. Journal of Financial Service Marketing, Vol. 12 No. 2 P. 132-145.
- Majalah Infobank, April 2012
- Morgan, R.M., and Hunt, S.D., 1994. *The commitment-trust theory of relationship marketing*. Journal of Marketing. 58 (July). 1994.
- Ramsey, Rosemary P. dan Ravipreet S. Sohi. 1997. *Listening to Your Customers: The Impact of Perceived Salesperson Listening Behavior on Relational Outcomes*. Journal of the Academy of Marketing Science, 25:2, 127-137.
- Siddiqi, Kazi Omar. 2011. *The drivers of customer loyalty to retail banks: An empirical study in Bangladesh*. Vol. 1, No. 1 p. 40 – 55.
- Taleghani, M., Gilaninia, Sh; Bashiri, Nasim; Mousavian, S.J. 2011. *Assessing the Impact of Destination Features on Behavioral Intentions of Tourists in Tourism Industry (Case Study: The Historic City of Iran (Masouleh)*. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol 3, No 6. pp 569-576.
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Nasional

