

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen, dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah

Nico Yudhinata Lay

STIE Widya Dharma Pontianak

Email: nick_gmn@yahoo.co.id

Abstract

This study aims to determine the effects of Service Quality, commitment and Complain Handling on Satisfaction on the customer of Harda International Current Bank, in Pontianak Branch. The sample of this study consisted of 80 respondents of customers of Harda International Current Bank, Pontianak with the type of research is a quantitative approach. The quantitative approach bases the study of empirical rational principles. The research method used is associative research and survey research in the form of causal and using linear regression analysis. The results of the hypothesis test using test-F shows that the variables of Service Quality, Commitment, and Complain Handling have a significant influence on Customer Satisfaction. Likewise, the t-test results of hypothesis show the variables of Service Quality, Commitment, and Complain Handling significantly influence Customer Satisfaction.

Kata Kunci: *service quality, commitment, complain handling, satisfaction*

A. Pendahuluan

Lembaga Keuangan merupakan salah satu penggerak roda perekonomian yang penting dalam suatu negara. Perkembangan lembaga keuangan menunjukkan semakin pentingnya peranan lembaga keuangan terutama perbankan dalam usaha masyarakat baik untuk permodalan maupun transaksi keuangan. Menurut Undang-Undang No. 10/1998 tentang Perbankan, menyatakan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Perbankan di Indonesia mengalami pergeseran paradigma, dari melayani nasabah perusahaan menjadi nasabah perorangan (Ellena dan Raharjo, 2011). Pergeseran paradigma ini disebabkan oleh krisis ekonomi pada tahun 1997-1998 (Ellena dan Raharjo, 2011).

Perusahaan yang memiliki fokus pada nasabah perorangan akan lebih mampu bertahan dan memiliki keunggulan bersaing. Salah satu keunggulan bersaing yang efektif dalam perbankan adalah dengan membina hubungan yang baik dengan nasabahnya. Hubungan yang baik dengan nasabah dalam jangka panjang akan mendorong pihak-pihak yang terlibat untuk menemukan cara terbaik dalam berinteraksi.

Kepuasan atau ketidakpuasan nasabah merupakan hasil penilaian nasabah atas apa yang diharapkannya dari suatu produk atau jasa dengan yang dirasakan atau diterima dari produk atau jasa tersebut. Jika harapannya lebih tinggi daripada yang diterima maka nasabah akan merasa tidak puas dan sebaliknya. Kepuasan nasabah harus menjadi perhatian atau fokus perbankan karena jika nasabah merasa kurang atau tidak puas maka nasabah akan meninggalkan perusahaan dan beralih ke pesaing. Salah satu upaya yang dilakukan oleh PT Bank Harda Internasional Cabang Pontianak adalah dengan fokus pada kualitas layanan, komitmen dan penanganan komplain.

Kualitas layanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya. Kualitas layanan juga merupakan hal yang penting untuk diperhatikan di perbankan, karena merupakan faktor penentu keberhasilan sebuah bank (Semuel, 2012). Menurut Lovelock dan Wright (2007, 96) "Kualitas layanan merupakan evaluasi jangka panjang nasabah terhadap penyerahan jasa perusahaan". Salah satu strategi yang dilakukan oleh perbankan untuk meningkatkan kualitas layanan yaitu melalui kegiatan melayani, komunikasi, komitmen dan penanganan komplain (Ndubisi, 2007; Semuel, 2012; Artantie, 2014). Usaha untuk mewujudkan kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah serta komitmen yang dimiliki oleh PT Bank Harda Internasional Cabang Pontianak.

Komitmen nasabah merupakan keinginan perusahaan yang berlangsung dalam waktu yang lama untuk mempertahankan hubungan yang bernilai atau menguntungkan dengan nasabah. Tjiptono (2005, 215) berpendapat bahwa komitmen merupakan hasrat atau keinginan kuat untuk mempertahankan dan melanjutkan relasi yang dipandang penting dan bernilai jangka panjang. Komitmen tercermin pada perilaku kooperatif dan tindakan aktif untuk tetap mempertahankan relasi yang telah terbina

Penanganan komplain mengacu pada kemampuan pemasok untuk meminimalkan konsekuensi negatif dari komplain nyata dan potensial (Dwyer, 1999; Kok-Wah, 2005). Penanganan komplain meliputi kemampuan pemasok untuk menghindari potensi komplain, menyelesaikan komplain sebelum menciptakan masalah dan kemampuan untuk secara terbuka mendiskusikan, solusi ketika masalah timbul (Ndubisi dan Kok-Wah, 2005).

Kepuasan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidakesesuaian yang dirasakan antara harapan atau yang diharapkan dengan kinerja produk yang digunakan. Kotler dan Keller (2012, 177) dalam buku Manajemen Pemasaran mengatakan Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan dengan yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disajikan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah kualitas layanan, komitmen dan penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah giro Bank Harda Internasional cabang Pontianak? Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, komitmen dan penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah giro Bank Harda Internasional Cabang Pontianak. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa manfaat teoritis yaitu untuk menerapkan teori pemasaran ke dunia praktek dan mengembangkan kemampuan peneliti dalam penelitian serta analisa suatu kasus serta diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi PT Bank Harda Internasional Cabang Pontianak dalam hubungannya dengan kualitas layanan, komitmen dan penanganan komplain serta Kepuasan nasabah.

B. Telaah Pustaka

1. Landasan Teori

a. Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2012, 49) yang dimaksud dengan kualitas layanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan baik dinyatakan atau tersirat. Sedangkan Grinroos dalam Pujawan (1997) yang dikutip Hanif Mauludin (2004) mendefinisikan kualitas layanan sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan dengan kinerja pelayanan.

Kualitas layanan pada umumnya dipandang sebagai hasil keseluruhan sistem pelayanan yang diterima konsumen, dan pada prinsipnya, bahwa kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta adanya tekad untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas layanan adalah keseluruhan sikap nasabah terhadap penyerahan jasa, yang terbentuk dari sejumlah pengalaman jasa. Kesenjangan jasa bukan hanya satu-satunya cara nasabah menilai kualitas jasa. Indikator yang digunakan menurut Kotler (2013, 249) yaitu keandalan, daya tangkap, empati dan berwujud.

Kehandalan adalah suatu ukuran hasil karena nasabah menilainya setelah mengalami jasa tersebut, jasa dapat dirasakan sesuai yang dijanjikan atau tidak. Sedangkan keberwujudan, jaminan, daya tanggap dan empati adalah dimensi proses karena semuanya dinilai nasabah selama penyerahan jasa.

Dalam penelitian ini, definisi Kualitas layanan menunjuk kepada Kotler dan Keller (2012, 49) yaitu keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan baik dinyatakan atau tersirat.

b. Komitmen

Komitmen adalah kemampuan dan kemauan untuk menyelaraskan perilaku pribadi dengan kebutuhan, prioritas dan tujuan perusahaan. Menurut Mayer dan Allen dalam Soekidjan (2009), komitmen dapat juga berarti penerimaan yang kuat individu terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi, dan individu berupaya serta berkarya dan memiliki hasrat yang kuat untuk tetap bertahan di organisasi tersebut.

Morgan and Hunt (1994) mendefinisikan komitmen sebagai "*An exchange partner believing that on going relationship with another is so important as to warrant maximum efforts at maintaining it; that is, the committed party believes the relationship is worth working on to ensure that it endures indefinitely.*"

Barnes (2003,150) menyatakan komitmen adalah suatu keadaan psikologis yang secara global mewakili pengalaman ketergantungan pada suatu hubungan; komitmen meringkas pengalaman ketergantungan sebelumnya dan mengarahkan reaksi pada situasi baru.

Penelitian yang dilakukan oleh Morgan dan Hunt (1994) yang mengungkapkan dua aspek kunci sebagai penggerak kerjasama dalam hubungan antara kedua belah pihak, yaitu kepercayaan dan komitmen. Anderson dan Weitz (1992) menyatakan bahwa komitmen terdiri dari tiga dimensi, yaitu "Sebuah hasrat untuk membangun hubungan yang stabil, kemauan untuk memberikan pengorbanan dalam membangun suatu hubungan, dan kepercayaan dalam hubungan yang stabil".

Allen & Meyer (1997) mendeskripsikan indikator dari komitmen: Indikator *affective commitment* dan kedekatan emosional, Individu dengan *affective commitment* yang tinggi memiliki kedekatan emosional yang erat terhadap organisasi.

c. Penanganan Komplain

Menurut Tjiptono (2005) pengertian komplain diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Penanganan komplain merupakan kemampuan perusahaan untuk mencegah potensi komplain, menyelesaikan komplain secara nyata sebelum menjadi masalah dan mendiskusikan solusinya secara terbuka ketika menjadi masalah (Ndubisi, 2007; Ningtyas, 2011). Penanganan komplain itu terjadi karena adanya ketidakpuasan nasabah

terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, jika hal ini dibiarkan akan berdampak negatif bagi perusahaan.

Nasabah cenderung setia pada perusahaan yang memiliki penanganan komplain yang baik (Ndubisi, 2007). Oleh karena itu penting bahwa penanganan komplain yang efektif tidak hanya di tempat tetapi proaktif, sehingga untuk mendahului potensi sumber komplain dan mengatasi masalah sebelum menjadi nyata. Sebab, komplain dapat menciptakan dampak negatif yang kuat pada Kepuasan (Kwon dan Suh, 2005). Indikator yang digunakan menurut Tjiptono (2008, 210-211) yaitu keadilan, kewajaran, dan *accessible*.

Dalam penelitian ini, definisi penanganan komplain menunjuk kepada pendapat Ndubisi (2007) dan Ningtyas (2011) yaitu penanganan komplain adalah kemampuan perusahaan untuk mencegah potensi sebuah komplain, menyelesaikannya secara nyata sebelum menjadi masalah dan mendiskusikan solusinya secara terbuka ketika ada masalah yang timbul atau terjadi.

d. Kepuasan

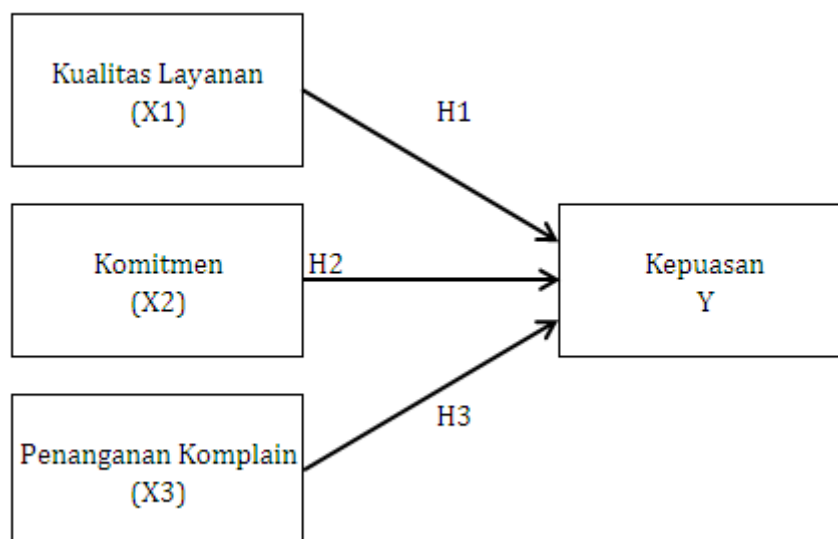
Kepuasan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis atau usaha. Kepuasan adalah tanggapan nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan. Nasabah akan mempunyai persepsi yang berbeda atas kepuasan yang dirasakan. Perusahaan harus dapat melakukan aktivitas bisnis atau usaha yang mendekati tingkat kepuasan nasabahnya melalui produk atau jasa perusahaan tersebut.

Kepuasan menurut Kotler (2013, 52) adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Indikator yang digunakan menurut Kotler (2013) yaitu perasaan senang, kenyataan sesuai dengan harapan dan merasa puas atas keseluruhan pelayanan.

Dalam penelitian ini, definisi Kepuasan menunjuk pendapat Kotler (2013, 52) yaitu suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

2. Kerangka Model Penelitian

Gambar 1
Model Penelitian



3. Hipotesis

Berdasarkan uraian landasan teori maka hipotesis yang digunakan meliputi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (H_1) berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budiarti (2011), serta Aryani dan Rosinta (2010), dengan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis selanjutnya komitmen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (H_2) berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Budiarti (2011) dan Salay (2013) yang menyatakan bahwa komitmen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, serta hipotesis terakhir yaitu penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (H_3) berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Budiarti (2011) dan Salay (2013) yang menyatakan bahwa penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y).

C. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yaitu penelitian survei dan penelitian asosiatif berupa penelitian kausal.

2. Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator

- a. Variabel Dependent atau variabel terikat adalah Kepuasan (Y) yaitu perasaan senang atau kecewa nasabah giro Bank Harda Internasional Cabang Pontianak dengan cara membandingkan antara persepsi dengan kinerja atau hasil suatu layanan seperti perasaan senang, kenyataan sesuai dengan harapan, dan merasa puas atas keseluruhan layanan.
- b. Variabel Independent atau variabel bebas adalah kualitas layanan, komitmen dan penanganan komplain yang terdiri dari:
 - Kualitas layanan (X_1) yaitu keseluruhan ciri serta sifat dari produk/pelayanan Bank Harda Internasional Cabang Pontianak yang berpengaruh pada kemampuan marketing Bank Harda Internasional Cabang Pontianak untuk memuaskan kebutuhan nasabahnya seperti: keandalan, daya tanggap, empati, dan berwujud.
 - Komitmen (X_2) yaitu penerimaan yang kuat nasabah terhadap tujuan dan nilai-nilai Bank Harda Internasional Cabang Pontianak, dan nasabah berupaya serta berkarya dan memiliki hasrat yang kuat untuk tetap bertahan di Bank Harda Internasional Cabang Pontianak seperti: affective commitment dan kedekatan emosional.
 - Penanganan komplain (X_3) adalah kemampuan Bank Harda Internasional Cabang Pontianak untuk dapat mencegah, menyelesaikan suatu konflik secara nyata dan mendiskusikan secara terbuka dengan nasabah Bank Harda Internasional Cabang Pontianak seperti: keadilan, kewajaran, dan *accessible*.

3. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah nasabah giro (2013-2018) sebanyak 200 nasabah giro, sedangkan sampel penelitian ini sebanyak 80 nasabah giro Bank Harda Internasional Cabang Pontianak.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data meliputi data primer yaitu data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden serta data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan mempelajari teori-teori dari berbagai sumber eksternal seperti literatur jurnal, artikel-artikel terkait dari majalah, koran

dan website serta data dari PT Bank Harda Internasional Cabang Pontianak. Penelitian menggunakan metode analisis data berupa regresi linear dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan pengujian dengan program SPSS ver.17, maka hasil uji validitas memperlihatkan nilai r_{hitung} semua indikator variabel lebih besar dibanding nilai r_{tabel} . dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel. Nilai *Alpha Cronbach* semua variabel lebih besar dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan semua dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

2. Uji Asumsi Klasik

berdasarkan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas maka diketahui bahwa semua variabel berdistribusi normal, mempunyai hubungan yang linier, tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, dan model regresi ini tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

3. Koefisien Korelasi dan Determinasi

TABEL 1
KOEFISIEN KORELASI DAN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	.315	.275	1.38679

Predictors: (Constant), X₁, X₂, X₃ Dependen variabel : *Satisfaction Y₁*

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 17.0, 2017

Nilai *R Square* 0,315 atau 31,5 persen, yang berarti kemampuan variabel kualitas layanan (X₁), komitmen (X₂), penanganan komplain (X₃) untuk menjelaskan variabel kepuasan (Y) sebesar 31,5 persen (pengaruh yang rendah), sedangkan 68,5 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dipelajari dalam penelitian ini.

4. Regresi Linear Berganda

TABEL 2
REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.150	1.765		1.332	.197
X1	.135	.056	.215	2.471	.020
X2	.285	.095	.285	3.053	.008
X3	.298	.097	.396	3.285	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 17.0, 2017

Berdasarkan hasil pengujian bahwa nilai signifikan dari variabel bebas < dari 0,05, maka dinyatakan bahwa variabel bebas memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel terikat. Berdasarkan Tabel 2 diperoleh persamaan regresi adalah :

$$Y = 0,215X_1 + 0,285X_2 + 0,396X_3$$

Hasil dari pengujian hipotesis yang telah diajukan dapat dilihat pada Tabel 3, yaitu:

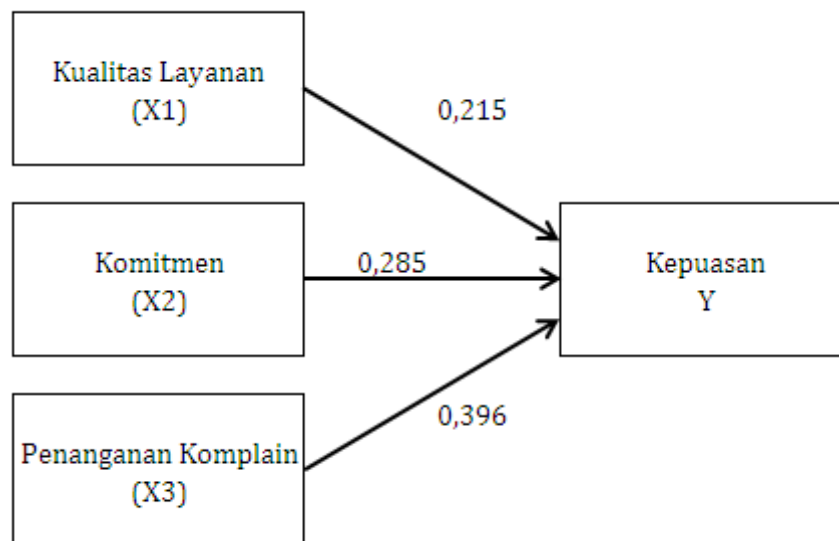
TABEL 3
HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS STRUKTUR PERTAMA

Hipotesis	Pengaruh Antar Variabel	Beta	Sig	Keterangan
H ₁	X ₁ → Y ₁	.215	.020	H ₁ Diterima
H ₂	X ₂ → Y ₁	.285	.008	H ₂ Diterima
H ₃	X ₃ → Y ₁	.396	.001	H ₃ Diterima

Sumber: Data Olahan, 2017

Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel Kualitas Layanan sebesar 0,020, yang berarti bahwa nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0,05 yang berarti bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima, sehingga variabel Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan. Komitmen sebesar 0,008, yang berarti nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0,05 menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H₂ diterima, sehingga variabel komitmen berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan. Penanganan komplain sebesar 0,001, yang berarti bahwa nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas sebesar 0,05 menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H₃ diterima, sehingga variabel penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan.

GAMBAR 2
DIAGRAM PATH DENGAN NILAI KOEFISIEN JALUR MASING-MASING VARIABEL



Berdasarkan Gambar 2 dapat dijelaskan bahwa variabel bebas yang berpengaruh lebih besar terhadap kepuasan adalah penanganan komplain

(0,396), sedangkan antara Komitmen dan Kualitas Layanan yang berpengaruh Kepuasan masing-masing (0,215 dan 0,285).

a. Kualitas Layanan (X_1) berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan (Y_1)

Hasil analisis menunjukkan kualitas layanan (X_1) memengaruhi responden untuk kepuasan (Y) terhadap Bank Harda Internasional Cabang Pontianak, yang berarti responden merasa kualitas layanan (X_1) meningkat dari Bank Harda Internasional Cabang Pontianak maka akan berdampak pada meningkatnya Kepuasan (Y).

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan ditanggapi oleh responden dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,05. Tanggapan tentang kualitas layanan Bank Harda Internasional Cabang Pontianak yang demikian mampu mendorong responden untuk merasa kepuasan yang tercermin dari responden yang merasa senang atas jasa yang diberikan, layanan perbankan selama ini sudah memenuhi harapan responden serta merasa puas atas keseluruhan jasa perbankan yang diberikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Budiarti (2011), serta Aryani dan Rosinta (2010), yang mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

b. Komitmen (X_2) Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan (Y_1)

Hasil analisis menunjukkan bahwa Komitmen (X_2) memengaruhi responden untuk kepuasan (Y) terhadap Bank Harda Internasional Cabang Pontianak, yang berarti bahwa responden merasa komitmen (X_2) yang tinggi atau baik maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan (Y).

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa komitmen ditanggapi oleh responden dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,10. Tanggapan tentang komitmen Bank Harda Internasional Cabang Pontianak yang demikian mampu mendorong responden untuk merasa kepuasan yang tercermin dari responden yang merasa *acceptive* atas komitmen serta kedekatan emosional dengan Bank Harda Internasional Cabang Pontianak.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Budiarti (2011) dan Salay (2013). yang menyatakan bahwa komitmen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

c. Penanganan Komplain (X_2) Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan (Y_1)

Hasil analisis menunjukkan bahwa penanganan komplain (X_3) memengaruhi responden untuk Kepuasan (Y) terhadap Bank Harda Internasional Cabang Pontianak, yang berarti bahwa responden merasa penanganan komplain (X_3) ditangani dengan baik oleh Bank Harda Internasional Cabang Pontianak maka akan berdampak pada meningkatnya Kepuasan (Y).

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa penanganan komplain ditanggapi oleh responden dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,10. Tanggapan tentang penanganan komplain Bank Harda Internasional Cabang Pontianak yang demikian mampu mendorong responden untuk merasa Kepuasan yang tercermin dari responden yang merasa senang atas jasa yang diberikan, layanan selama ini sudah memenuhi harapan responden serta responden merasa puas atas keseluruhan jasa perbankan yang diberikan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Budiarti (2011) dan Salay (2013) yang menyatakan bahwa penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y).

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh variabel Kualitas Layanan, Komitmen dan Penanganan Komplain Terhadap variabel Kepuasan dalam penelitian ini adalah signifikan.
- b. Hasil penelitian menunjukkan semua variabel dalam penelitian ini mempunyai hubungan yang signifikan antar variabel dan pengujian hipotesis menunjukkan hasil yang signifikan.

2. Rekomendasi Hasil Penelitian

a. Rekomendasi bagi Bank Harda Internasional Cabang Pontianak.

- Mempertahankan dan meningkatkan variabel Kualitas Layanan, Komitmen dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan nasabah, perlu diperhatikan untuk memantau dan menindaklanjuti variabel Kualitas Layanan dengan memberikan penilaian atas variabel Kualitas Layanan dari karyawan, mengadakan *mystery shopper* untuk menguji variabel Kualitas Layanan dari karyawan, serta mendatangkan pelatih *Service Excelent*.
- Mengadakan pertemuan rutin dengan bagian pelayanan untuk melakukan evaluasi atas komitmen yang telah dilakukan. Variabel Komitmen dalam penelitian ini mempunyai hubungan yang cukup besar terhadap Kepuasan maka diharapkan menjadi perhatian Bank Harda Internasional Cabang Pontianak.
- Mengadakan pertemuan rutin dengan bagian pelayanan untuk melakukan evaluasi atas komplain yang dilakukan oleh nasabah. Variabel Penanganan Komplain dalam penelitian ini mempunyai hubungan yang cukup besar terhadap Kepuasan maka diharapkan menjadi perhatian dari Bank Harda Internasional Cabang Pontianak.
- Tanggapan responden tentang variabel Kualitas Layanan, Komitmen dan Penanganan Komplain menunjukkan bahwa adanya nilai standar deviasi yang tinggi yang terdapat pada masing-masing item dari setiap indikator variabel penelitian, hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden bervariasi untuk setiap item pertanyaan dari setiap indikator variabel penelitian, sehingga hal ini menimbulkan konsekuensi bagi pihak Bank Harda Internasional Cabang Pontianak untuk lebih mengenal nasabahnya untuk mendapatkan tanggapan yang homogen dari setiap nasabah.
- Secara keseluruhan, memperhatikan variabel Kualitas Layanan, Komitmen dan Penanganan Komplain agar tetap terjaga dan semakin meningkat dari waktu ke waktu. Temuan ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak Bank Harda Internasional Cabang Pontianak untuk meningkatkan variabel Kualitas Layanan, Komitmen dan Penanganan Komplain kepada nasabahnya.

b. Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya

- Penelitian selanjutnya diharapkan mampu melakukan penelitian mengenai variabel Kualitas Layanan, Komitmen dan Penanganan Komplain pada obyek yang serupa di lokasi yang berbeda sehingga akan mampu memberikan gambaran komprehensif tentang variabel Kualitas Layanan, Komitmen dan Penanganan Komplain bagi masyarakat pada umumnya.
- Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan responden lebih banyak dan tidak hanya nasabah giro.

3. Keterbatasan Hasil Penelitian

Adapun keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah profil responden dalam penelitian ini cenderung homogen pada tingkat pendidikan dan umur, sehingga hal ini berdampak pada variasi tanggapan yang berasal dari segmen tertentu saja, sehingga sulit untuk dapat digeneralisasi untuk menggambarkan tanggapan pada segmen yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen and Meyer. 1997. *Commitment in The Workplace (Theory, Research and Application)*. Sage Publication London.
- Anderson, Erin and Barton Weitz, 1992. "The Use of Pladges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels". *Jurnal of Marketing Research*, Vol.29. No.1 18-34.
- Artantie, Nadira. 2014. *Pengaruh Komunikasi, Kepercayaan, Komitmen dan Penyelesaian Masalah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Debitur PD BPR Tugu Artha Malang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri, Semarang.
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei-Agustus 2010, halaman 114-126.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi.
- Budiarti, Anindhyta. 2011. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Keppuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya". *Ekuitas*. Volume 15, No. 2, Juni, halaman 210-231.
- Dwyer, F.R and J. F. Tanner. 1999. *Business Marketing: Connecting Strategy, Relationships and Learning*. Boston: McGraw-Hill.
- Ellena, Frieda, dan Raharjo Toto Susilo. 2011. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hanif, Mauludin. 2004. *Essay: Analisis Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya terhadap Citra (Image) Rumah Sakit*.
- Kotler, Philip and Keller Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keempatbelas, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- _____, 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keempatbelas, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kwon, Ik-Wan G, and Suh Taewon. 2005. "Factors Affecting The Level of Trust and Commitment in Supply Chain Relationships". *Journal of Supply Chain Management*, Vol. 40, No. 2, pp. 4-14.

- Lovelock, Cristopher, H and Wright, Lauren, K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indeks, Jakarta.
- Lovelock, Cristopher, H, Wirtz, Jochen, K, and Mussy, Jacky. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Edisi ketujuh, Jilid 1. Indeks, Jakarta.
- Mayer, J.D., Caruso, D., and Salovey, P. 2004. "Emotional Intelligence: Theory, Findings, and Implications". *Psychological Inquiry*, Vol. 15 No. 3, 197-215. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. 1994. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing". *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
- Ndubisi, Oly, Nelson, Kok-Wah, Chan. 2005. "Factorial and Discriminant Analyses of The Underpinnings of Relationship Marketing and Customer Satisfaction". *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 23, No. 7, pp. 542-557.
- Ningtyas, Fitri, and Rachmad, Basuki. 2011. "Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya". *Journal of Business and Banking*, Vol. 1, pp. 51-60.
- Pujawan. I Nyoman. 2005. *Supply Chain Management*. Surabaya: Guna Widya.
- Salay, Victor. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah pada Loyalitas Nasabah pada Bank BRI Cabang Kertajaya di Surabaya.
- Semuel, Hatane. 2012. "Customer Relationship Marketing Pengaruhnya terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 1, pp. 33-41.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi, Yogyakarta.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi, Yogyakarta.