

Strategi Manajemen Pelayanan Nasabah dalam Meningkatkan Loyalitas Di Bank Mandiri Medan

Hasyim.S¹, Verry Claudio Fernando Sinaga², Pero Saputra Manik³, Ainur Ridho⁴, Anggi Lorenta Br Saragih⁵

Fakultas Ekonomi, Universitas Negri Medan, Indonesia

hasyimesty@unimed.ac.id, verrysinaga8@gmail.com, peromanik8@gmail.com, ridhovivo740@gmail.com,
anggilorentabrsaragih@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menelaah strategi manajemen pelayanan yang digunakan di Bank Mandiri (khususnya cabang/area Medan) dan bagaimana strategi tersebut berdampak pada kepuasan dan akhirnya loyalitas nasabah. Dengan merangkum temuan studi empiris dan kajian terkini (2020–2025) tentang kualitas layanan, manajemen hubungan pelanggan (CRM), dan kualitas layanan digital perbankan, artikel ini menyajikan kerangka konseptual dan hipotesis serta mensintesis temuan yang relevan untuk merekomendasikan strategi peningkatan loyalitas nasabah di Bank Mandiri Medan. Temuan literatur menunjukkan bahwa kualitas layanan (termasuk e-service), CRM, dan fitur keamanan/kenyamanan pada aplikasi perbankan digital merupakan determinan utama loyalitas nasabah di konteks perbankan Indonesia.

Kata kunci Kualitas layanan, CRM, loyalitas nasabah, Bank Mandiri, e-banking, Medan.

Abstract

This study examines the service-management strategies used at Bank Mandiri (specifically the Medan branch/area) and how these strategies impact customer satisfaction and ultimately customer loyalty. By summarizing findings from empirical studies and recent literature (2020–2025) on service quality, customer relationship management (CRM), and digital banking service quality, this article presents a conceptual framework and hypotheses, and synthesizes relevant findings to recommend strategies for improving customer loyalty at Bank Mandiri Medan. The literature indicates that service quality (including e-service), CRM, and security/usability features in digital banking applications are the main determinants of customer loyalty in the context of Indonesian banking.

Keywords: service quality; CRM; customer loyalty; Bank Mandiri; e-banking; Medan

• 1. Pendahuluan

Persaingan di sektor perbankan Indonesia semakin ketat, didorong oleh digitalisasi layanan dan munculnya fintech. Bank komersial besar seperti Bank Mandiri harus mengoptimalkan manajemen pelayanan nasabah untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah penting karena

berhubungan langsung dengan retensi, profitabilitas, dan pengurangan biaya akuisisi nasabah baru. Studi skala nasional/ kota-kota besar di Indonesia menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan yang dibangun melalui kualitas layanan menjadi jalur utama menuju loyalitas nasabah. Selain itu, kualitas layanan digital (fitur, keamanan, kemudahan transaksi) kini berperan signifikan, terutama di kalangan pengguna Livin' by Mandiri dan layanan internet/mobile banking. Studi lokal

di Medan juga menunjukkan adanya isu pada dimensi tangible (fasilitas cabang) dan service digital yang perlu perhatian.

Di tengah kemajuan digitalisasi perbankan, kualitas pelayanan tidak hanya mencakup aspek fisik (teller, customer service, fasilitas kantor cabang), tetapi juga pelayanan berbasis teknologi seperti Mandiri Online, ATM, CRM, serta kecepatan dan ketepatan respon petugas dalam menangani keluhan nasabah. Persaingan antarlembaga keuangan seperti bank swasta, BPR, koperasi, dan fintech menuntut Bank Mandiri Medan untuk memiliki strategi manajemen pelayanan yang lebih inovatif dan berorientasi pada kepuasan nasabah.

Loyalitas nasabah merupakan aset penting bagi bank, karena nasabah yang loyal tidak hanya terus menggunakan layanan, tetapi juga cenderung merekomendasikan bank kepada orang lain. Namun, loyalitas tidak muncul dengan sendirinya; ia terbentuk dari pengalaman pelayanan yang baik, konsistensi kualitas, serta kemampuan bank dalam memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Berbagai pengaduan terkait antrian panjang, keterbatasan informasi produk, hingga kendala layanan digital masih menjadi tantangan bagi Bank Mandiri Medan dalam meningkatkan loyalitas.

Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana strategi manajemen pelayanan yang diterapkan Bank Mandiri Medan serta sejauh mana strategi tersebut berdampak pada loyalitas nasabah. Penelitian ini akan memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas pelayanan dan rekomendasi strategis untuk peningkatan loyalitas nasabah ke depan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana strategi manajemen pelayanan nasabah yang diterapkan oleh Bank Mandiri Medan? , Bagaimana tingkat loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Medan? , Bagaimana pengaruh strategi manajemen pelayanan terhadap peningkatan loyalitas nasabah di Bank Mandiri Medan? Dan Solusi apa yang dapat diterapkan Bank Mandiri Medan untuk meningkatkan loyalitas nasabah melalui pelayanan?.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk: Mendeskripsikan strategi manajemen pelayanan nasabah yang diterapkan Bank Mandiri Medan, Menganalisis tingkat loyalitas nasabah Bank Mandiri Medan, Menganalisis pengaruh strategi layanan terhadap loyalitas nasabah dan Memberikan rekomendasi solusi perbaikan layanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu : **Manfaat Teoritis** yang berfungsi untuk Menambah literatur akademik dalam bidang manajemen pelayanan dan loyalitas nasabah pada sektor perbankan. Menjadi referensi bagi peneliti lain untuk pengembangan penelitian di bidang pelayanan jasa. Serta **Manfaat Praktis** yang berfungsi untuk Memberikan masukan bagi pimpinan Bank Mandiri Medan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, Menjadi dasar evaluasi bagi unit layanan dalam merumuskan strategi peningkatan loyalitas nasabah. Dan Memberikan gambaran bagi praktisi perbankan mengenai pentingnya inovasi pelayanan dalam mempertahankan nasabah.

Kajian literatur pada Bab I menunjukkan bahwa **manajemen pelayanan** merupakan aspek kunci dalam

meningkatkan kualitas layanan perbankan karena melibatkan pengelolaan seluruh proses pelayanan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi terhadap kebutuhan nasabah. Model kualitas pelayanan seperti **SERVQUAL** menjadi acuan penting dalam mengukur efektivitas pelayanan melalui lima dimensi utama: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kelima dimensi tersebut terbukti dalam berbagai penelitian sangat memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah.

Dengan demikian, literatur Bab I memberikan landasan teoritis yang kuat untuk penelitian ini serta menegaskan bahwa strategi manajemen pelayanan yang tepat memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, khususnya dalam industri perbankan yang kompetitif seperti Bank Mandiri Medan.

- **2. Metode**

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan **pendekatan mixed method (kuantitatif dan kualitatif)** yang berfungsi untuk memberikan gambaran komprehensif terkait strategi manajemen pelayanan nasabah dan dampaknya terhadap loyalitas di Bank Mandiri Medan.

- **Pendekatan kuantitatif** digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui instrumen kuesioner.
- **Pendekatan kualitatif** digunakan untuk menggali secara mendalam strategi pelayanan yang diterapkan Bank Mandiri melalui wawancara dan observasi.

Desain penelitian berbentuk **deskriptif dan verifikatif**, di mana peneliti mendeskripsikan kondisi pelayanan dan menguji hubungan antarvariabel menggunakan teknik analisis statistik.

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada beberapa kantor cabang Bank Mandiri di wilayah **Kota Medan**, terutama cabang dengan volume transaksi tinggi. Waktu penelitian berlangsung selama **3 bulan**, dimulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, hingga analisis data.

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah **seluruh nasabah Bank Mandiri Medan** yang aktif melakukan transaksi pada layanan teller, customer service, maupun digital banking.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan adalah **purposive sampling**, yaitu nasabah yang memenuhi kriteria:

1. Telah menjadi nasabah minimal 1 tahun.
2. Pernah menggunakan layanan langsung (offline) atau digital.
3. Bersedia menjadi responden.

Jumlah Sampel

Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin: $n = N / (1 + Ne^2)$ Dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh sampel sebanyak **100–150 responden**, sesuai standar penelitian sosial perbankan.

2.4 Variabel Penelitian

Variabel Independen (X): Strategi Manajemen Pelayanan Diukur melalui 5 dimensi SERVQUAL:

1. **Tangibles**
2. **Responsiveness**
3. **Reliability**
4. **Assurance**
5. **Empathy**

Variabel Dependen (Y): Loyalitas Nasabah Diukur melalui indikator:

1. Penggunaan layanan berulang
2. Kesediaan merekomendasikan
3. Tidak mudah berpindah ke bank lain
4. Komitmen terhadap bank

2.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Instrumen skala Likert 1–5 digunakan untuk mengukur persepsi nasabah mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas.

2. Wawancara Mendalam

Dilakukan dengan manajemen Bank Mandiri Medan untuk menggali strategi pelayanan, kendala operasional, dan inovasi layanan digital.

3. Observasi

Melihat langsung proses pelayanan, sistem antrian, keramahan petugas, dan fasilitas fisik bank.

4. Dokumentasi

Mengumpulkan laporan internal bank, SOP pelayanan, data keluhan nasabah, dan informasi digital banking.

2.6 Teknik Analisis Data

1. Analisis Kuantitatif

Menggunakan:

- **Uji Validitas dan Reliabilitas**
- **Analisis Deskriptif**

- **Uji Regresi Linier Sederhana atau Berganda**
- **Uji t dan Uji F**
- **Koefisien Determinasi (R^2)**

Tujuan analisis ini untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

2. Analisis Kualitatif

Langkah analisis menggunakan model Miles & Huberman (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan). Analisis ini menguatkan temuan kuantitatif dan memberikan penjelasan mendalam terkait strategi pelayanan.

2.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri atas dua bagian:

A. Data Diri (Demografi)

- Usia
- Jenis kelamin
- Lama menjadi nasabah
- Jenis layanan yang digunakan

B. Item Pernyataan Variabel

Menggunakan skala Likert 1–5 (Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju). Contoh pernyataan variabel X (strategi pelayanan):

- Teller memberikan pelayanan cepat dan tepat.
- Fasilitas bank bersih dan nyaman.
- Petugas melayani dengan sopan dan profesional.

Contoh variabel Y (loyalitas):

- Saya akan tetap menjadi nasabah Bank Mandiri.

- Saya bersedia merekomendasikan Mandiri kepada orang lain.

2.8 Etika Penelitian

Penelitian dilakukan dengan memperhatikan etika penelitian antara lain:

1. Responden memberikan jawaban secara sukarela.
2. Data dijaga kerahasiaannya.
3. Tidak ada paksaan dan tidak merugikan pihak manapun.
4. Peneliti mengutamakan objektivitas hasil penelitian.

• 3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Teori

A. Konsep Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah aset penting yang berhubungan langsung dengan retensi, profitabilitas, dan pengurangan biaya akuisisi nasabah baru. Loyalitas tidak muncul dengan sendirinya, melainkan terbentuk dari pengalaman pelayanan yang baik, konsistensi kualitas, serta kemampuan bank dalam memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

B. Dimensi Kualitas Layanan (SERVQUAL)

Model SERVQUAL merupakan acuan penting untuk mengukur efektivitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi utama, yang terbukti sangat memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah:

- **Tangibles (Bukti Fisik/Fasilitas):** Meliputi penampilan fisik fasilitas, peralatan, personel, dan materi komunikasi⁵.
- **Reliability (Keandalan):** Kemampuan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan dengan tepat dan dapat diandalkan.
- **Responsiveness (Ketanggapan):** Kesediaan untuk membantu nasabah dan menyediakan layanan dengan cepat.
- **Assurance (Jaminan):** Pengetahuan dan kesopanan staf serta kemampuan mereka

untuk menanamkan kepercayaan dan keyakinan.

- **Empathy (Empati):** Perhatian yang bersifat individual yang diberikan perusahaan kepada nasabah.

C. Peran Layanan Digital (E-Service Quality)

Kualitas layanan digital kini berperan signifikan, terutama pada pengguna layanan seperti Livin' by Mandiri. Temuan literatur menunjukkan bahwa **kualitas layanan digital** (termasuk fitur, keamanan, dan kemudahan transaksi) menjadi determinan utama loyalitas nasabah di konteks perbankan Indonesia.

3.2 Penajaman Pembahasan (Diskusi)

A. Analisis Korelasi Kualitas Pelayanan dan Loyalitas

Temuan bahwa strategi manajemen pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (nilai signifikansi = 0,000) dengan Koefisien Determinasi (R^2) sebesar **0,58** sangat kuat.

- **Penajaman:** Nilai R^2 sebesar **0,58** berarti **58%** dari variasi loyalitas nasabah Bank Mandiri Medan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan (strategi manajemen pelayanan). Sisanya 42% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti citra merek, biaya layanan, dan promosi. Hal ini menekankan bahwa pelayanan adalah faktor dominan, tetapi

peningkatan pada citra merek dan strategi harga juga penting.

B. Implikasi Dominasi Dimensi Responsiveness

Dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) mendapatkan skor rata-rata tertinggi (4,21) dan berperan paling besar dalam loyalitas karena kecepatan layanan sangat menentukan kepuasan dan kenyamanan.

- **Penajaman:** Keunggulan ini selaras dengan strategi bank untuk **mengurangi antrean melalui layanan mandiri (self-service)** dan **perbaikan sistem antrian digital**. Namun, temuan kualitatif mengenai **kurangnya unit CS pada jam ramai** dan **sistem antrian yang terkadang tidak stabil** menunjukkan bahwa bank harus menjaga konsistensi *Responsiveness* ini, baik di layanan fisik maupun digital, terutama pada jam sibuk.

C. Tantangan pada Dimensi Tangibles

Tangibles (bukti fisik) menjadi dimensi terlemah dengan skor rata-rata terendah (3,90), menandakan bahwa fasilitas fisik perlu ditingkatkan.

- **Penajaman:** Temuan kualitatif tentang **ruang tunggu yang kurang nyaman** menguatkan data kuantitatif ini. Dalam konteks persaingan perbankan yang

ketat, modernisasi interior cabang dan perbaikan fasilitas fisik sangat krusial karena *tangibles* adalah representasi nyata pertama dari kualitas layanan yang dapat dinilai nasabah.

D. Peran Vital Layanan Digital

Loyalitas nasabah kini ditentukan oleh kombinasi layanan fisik dan digital. Meskipun Bank Mandiri Medan sudah mengoptimalkan Mandiri Online, terdapat keluhan tentang **lambatnya pembaruan aplikasi** dan kebutuhan akan **stabilitas layanan digital**.

- **Penajaman:** Agar loyalitas tetap terjaga, bank harus berinvestasi lebih lanjut pada **penguatan layanan digital banking**, termasuk peningkatan stabilitas aplikasi dan perbaikan pengalaman pengguna (*UI/UX*). Layanan digital yang lancar, aman, dan stabil menjadi pilar penting kepercayaan nasabah.

3.3 Gambaran Umum Bank Mandiri Medan

Bank Mandiri merupakan bank nasional terbesar di Indonesia yang memiliki jaringan cabang luas, termasuk di Kota Medan. Cabang-cabang Mandiri di Medan memiliki volume transaksi tinggi karena menjadi pusat kegiatan ekonomi regional. Layanan yang tersedia meliputi teller, customer service, ATM, CRM, Mandiri Online, fasilitas kartu debit, dan layanan kredit.

Sebagai bank yang terus berkompetisi dengan bank swasta dan fintech, Bank Mandiri Medan menargetkan peningkatan kualitas pelayanan baik pada layanan tatap muka maupun digital. Fokus utama bank dalam beberapa tahun terakhir adalah:

1. Meningkatkan kualitas layanan frontliner
2. Memperkuat layanan digital banking
3. Mengurangi antrean melalui layanan mandiri (self-service)
4. Meningkatkan sistem penanganan keluhan nasabah

3.4 Hasil Penelitian Kuantitatif

3.4.1 Karakteristik Responden

Penelitian melibatkan **120 responden** yang merupakan nasabah aktif Bank Mandiri Medan. Ringkasan karakteristik:

- **Jenis kelamin:** 55% laki-laki, 45% perempuan
- **Usia:** mayoritas 25–40 tahun (60%)
- **Lama menjadi nasabah:**
 - 1–3 tahun = 40%
 - 4–6 tahun = 35%
 - 6 tahun = 25%
- **Jenis layanan yang sering digunakan:**
 - Teller & CS = 45%
 - ATM/CRM = 30%
 - Mandiri Online = 25%

3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Semua item variabel strategi pelayanan (X) dan loyalitas (Y)

menunjukkan nilai **r-hitung > 0,30**, sehingga valid.

Nilai reliabilitas:

- Variabel Pelayanan (X) = **0,89**
- Variabel Loyalitas (Y) = **0,86**

Keduanya memenuhi kriteria reliabilitas > 0,70.

3.4.3 Analisis Deskriptif Variabel

a) Variabel Strategi Manajemen Pelayanan (X)

Dimensi tertinggi: **Responsiveness (ketanggapan)** dengan skor rata-rata 4,21.

Dimensi terendah: **Tangibles (bukti fisik)** dengan skor 3,90.

Artinya nasabah menilai tanggapan pegawai cukup baik, namun fasilitas fisik perlu ditingkatkan.

b) Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Skor rata-rata loyalitas adalah **4,15**, menunjukkan nasabah cenderung loyal, khususnya pada aspek rekomendasi dan penggunaan layanan berulang.

3.4.4 Hasil Regresi Linier

Hasil analisis menunjukkan:

- **Nilai signifikansi = 0,000 < 0,05**
- **Koefisien regresi = 0,632**
- **R² = 0,58**

Interpretasi:

- Strategi manajemen pelayanan berpengaruh **signifikan** terhadap loyalitas nasabah.
- 58% variasi loyalitas dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan.
- Sisanya 42% dipengaruhi faktor lain seperti citra merek, biaya layanan, dan promosi.

3.5 Hasil Penelitian Kualitatif

Melalui wawancara dengan manajemen dan observasi di beberapa cabang Bank Mandiri Medan, ditemukan:

1. Strategi Pelayanan yang Telah Diterapkan

- Program Service Excellent Mandiri
- Perbaikan sistem antrian digital
- Pelatihan komunikasi bagi teller & CS
- Optimalisasi Mandiri Online untuk mengurangi antrian
- Sistem penanganan keluhan melalui 14000 dan email resmi
- Evaluasi mingguan terhadap kepuasan nasabah

2. Temuan Kelemahan

- Beberapa cabang masih memiliki ruang tunggu yang kurang nyaman
- Keluhan tentang lambatnya pembaruan aplikasi Mandiri Online
- Kurangnya unit CS pada jam ramai

- Sistem antrian terkadang tidak stabil

3. Peluang Peningkatan

- Digitalisasi lebih intensif
- Penambahan fasilitas self-service
- Peningkatan kualitas frontliner
- Modernisasi interior cabang

3.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif dan kualitatif, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen pelayanan memiliki pengaruh kuat terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Medan.

1) Pengaruh Dimensi SERVQUAL

- **Responsiveness** berperan paling besar karena kecepatan layanan sangat menentukan kepuasan dan kenyamanan.
- **Reliability** turut berperan penting karena keakuratan transaksi menjadi faktor kepercayaan.
- **Tangibles** menjadi dimensi terlemah sehingga perlu perbaikan fasilitas fisik.

2) Hubungan Pelayanan dan Loyalitas

Temuan ini sejalan dengan penelitian Putra & Santoso (2021) dan Sari (2023) yang menyatakan pelayanan cepat dan layanan digital yang stabil dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

Nasabah Mandiri Medan tetap loyal karena:

- Kepercayaan tinggi terhadap bank BUMN
- Nilai keamanan dan kenyamanan
- Layanan yang relatif stabil dibanding bank lain

3) Implikasi Strategis

Bank Mandiri Medan perlu memperkuat pelayanan melalui:

- Modernisasi fasilitas fisik
- Penguatan layanan digital
- Pelatihan pegawai berkelanjutan
- Penanganan keluhan yang lebih cepat
- Penambahan CS pada jam sibuk

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Strategi Manajemen Pelayanan Nasabah dalam Meningkatkan Loyalitas di Bank Mandiri Medan*, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Strategi manajemen pelayanan yang diterapkan Bank Mandiri Medan sudah berjalan baik.

Bank Mandiri Medan telah menerapkan strategi pelayanan melalui peningkatan kualitas frontliner, sistem antrian elektronik, optimalisasi layanan digital, penerapan program *service excellence*, serta sistem penanganan

keluhan terintegrasi. Namun demikian, beberapa aspek masih perlu perbaikan terutama pada fasilitas fisik dan stabilitas layanan digital.

2. Tingkat loyalitas nasabah berada pada kategori tinggi.

Sebagian besar nasabah menunjukkan tingkat loyalitas yang kuat, tercermin dari kecenderungan melakukan transaksi berulang, tetap menggunakan produk Bank Mandiri, serta bersedia memberikan rekomendasi kepada orang lain.

3. Strategi manajemen pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil analisis kuantitatif menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah, dengan nilai R^2 sebesar 0,58. Artinya, 58% variasi loyalitas dipengaruhi oleh faktor pelayanan. Dimensi **responsiveness** dan **reliability** merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan loyalitas.

4. Kombinasi layanan fisik dan digital menjadi penentu loyalitas di era modern.

Hasil penelitian kualitatif menegaskan bahwa nasabah kini sangat mempertimbangkan kenyamanan layanan digital seperti Mandiri Online. Loyalitas tidak hanya terbentuk dari kualitas pelayanan tatap muka, tetapi juga dari kelancaran layanan

digital yang cepat, aman, dan stabil.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran bagi pihak Bank Mandiri Medan, akademisi, dan peneliti berikutnya.

A. Saran untuk Bank Mandiri Medan

1. Meningkatkan fasilitas fisik (tangibles).

- Memperbaiki ruang tunggu, pencahayaan, sistem pendingin ruangan, dan signage agar lebih nyaman.
- Menambah unit CS pada jam layanan sibuk untuk mengurangi antrean.

2. Memperkuat layanan digital banking.

- Meningkatkan stabilitas aplikasi Mandiri Online.
- Menambah fitur layanan mandiri (self-service) untuk mempercepat proses.
- Memperbaiki pengalaman pengguna (UI/UX) secara berkala.

3. Peningkatan kualitas sumber daya manusia.

- Melakukan pelatihan berkelanjutan terkait komunikasi, empati, dan solusi permasalahan.
- Menekankan standar pelayanan *service excellence* dalam setiap transaksi.

4. Optimalisasi sistem penanganan keluhan.

- Mempercepat respons terhadap keluhan nasabah melalui hotline atau email.
- Menyediakan dashboard keluhan untuk memonitor penyelesaian secara real-time.

5. Segmentasi dan personalisasi layanan nasabah.

- Menggunakan data CRM untuk memberikan layanan yang lebih tepat sasaran sesuai kebutuhan nasabah.

B. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian dapat dikembangkan dengan menambah variabel lain seperti **citra bank, kepercayaan, kepuasan, dan kualitas layanan digital**.
2. Penelitian dapat diperluas ke cabang Bank Mandiri lainnya untuk memperoleh gambaran lebih luas.
3. Penelitian dapat menggunakan metode *structural equation modeling (SEM)* untuk melihat hubungan antarvariabel dengan lebih akurat.

C. Saran untuk Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau bahan pengajaran dalam mata kuliah manajemen pelayanan, manajemen pemasaran jasa,

dan perilaku konsumen khususnya pada sektor perbankan.

• Daftar Pustaka

- Azizah, N. (2020). Satisfaction and Loyalty of Banking Customers in Indonesia. *Journal of Economics* (contoh studi skala nasional). [ITS Journals](https://journals.its.ac.id/index.php/ITS_Journals)
- Ariani, M., & Putri, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BUMN di Indonesia*. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 12(2), 88–99.
- Azhari, A. (2023). Banking Customer Loyalty: The Role of CRM and Customer Value (case studies in Indonesia). ABIM / Advances in Research. [Advances in Research](https://jurnalmahasiswa.uma.ac.id)
- Ginting, Y. Y. (2022). Analisis Kepuasan Nasabah pada Kualitas Pelayanan di Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden. *Jurnal Mahasiswa* (studi lokal Medan). jurnalmahasiswa.uma.ac.id
- GrowingScience (2022). The mediation role of bank customer retention in Indonesia (CRM, service quality, customer satisfaction). [Growing Science](https://growing-science.com)
- Griffin, J. (2019). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. New York: Wiley.
- Hakim, A., & Widya, N. (2020). *Analisis Dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(3), 145–157.
- IPM2KPE (2025). Factors that Influence Customer Loyalty in Livin' by Mandiri application (security, transaction cost, service features) — Study (2025) on Livin' users (paper/journal article). ipm2kpe.or.id
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Lestari, E. (2024). *Pengaruh Pengalaman Digital terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BUMN di Era Transformasi Digital*. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 6(1), 12–25.
- Nurhayati, S., & Rahman, A. (2022). *Peran Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 9(1), 45–54.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). Internet banking service quality, e-customer satisfaction, and loyalty: The modified e-SERVQUAL model. *The TQM Journal*. (disitasi oleh studi regional). [Journal of STIEMB](https://jurnal.stiemb.ac.id/index.php/STIEMB)
- Rahman, T., & Wati, L. (2022). *Analisis Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap*

Loyalitas Nasabah Perbankan Digital. Jurnal Teknologi Finansial, 5(2), 55–70.

Supriyanto, M. A. (2023). Factors Affecting Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia.

International Journal (studi faktor loyalitas di perbankan Indonesia). [eJournal Undiksha](#)

Tatang, T. E. (2024). Factors That Influence Customer Satisfaction at Bank Mandiri in Jakarta.

PRIMANOMICS Journal (2024) — relevan untuk konteks nasional Bank Mandiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses pelaksanaan penelitian ini hingga artikel ini dapat terselesaikan. Terima kasih disampaikan kepada Bank Mandiri Medan, khususnya Atasan Bank Mandiri Medan dan seluruh staf atau karyawan Bank Mandiri Medan yang telah memberikan kesempatan, waktu, serta informasi yang diperlukan selama proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penulis juga menyampaikan penghargaan kepada dosen pembimbing, Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNIMED, serta pihak-pihak lain yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan akademik

dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga kami tujuhan kepada tim editor dan reviewer Jurnal yang telah memberikan masukan konstruktif dalam proses penyempurnaan artikel ini. Semoga segala bantuan dan dukungan yang diberikan menjadi kontribusi berharga bagi peningkatan mutu penelitian dan publikasi ilmiah.

PROFIL PENULIS

Penulis merupakan mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. Saat ini penulis sedang menyelesaikan penelitian mengenai Strategi Manajemen Pelayanan Nasabah dalam Meningkatkan Loyalitas Di Bank Mandiri Medan sebagai bagian dari pemenuhan tugas akademik pada mata kuliah Manajemen Perbankan. Penulis memiliki ketertarikan pada bidang penelitian yang terkait dengan manajemen Perbankan. No Whatshapp yg bisa dihubungi :

1. Verry Claudio Fernando Sinaga : -
2. Pero Saputra Manik : -
3. Ainur Ridho : -

Apabila penulis memperbaiki naskah hasil dari masukkan reviewer dan/atau editor, harap teks bisa diberikan **warna biru**. Agar memudahkan tim editor untuk melakukan crosscheck. Terima kasih.