

ANALISIS PELAYANAN PINJAMAN KREDIT MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL (Studi Kasus BPR Agung Sejahtera Semarang)

Niken Purbosari

Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
Jalan Nakula 1 No. 5-11, Semarang, kode pos 50131, telepon (024)70793727;3517261, Fax (024)3569684
E-mail : 112201004142@mhs.dinus.ac.id

Abstrak

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. BPR Agung Sejahtera salah satu perusahaan jasa khususnya di dunia perbankan harus mampu memberikan pelayanan yang optimal dengan selalu mengutamakan kualitas pelayanan sehingga nasabah merasa puas dan aman dalam bertransaksi. Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh BPR Agung Sejahtera Semarang bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan dan loyalitas nasabah. Namun masih muncul pertanyaan apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah BPR Agung Sejahtera bila dilihat dari metode servqual dengan lima dimensi pelayanan yaitu *tangibles* (penampilan fisik), *Assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *empathy* (empati). BPR Agung Sejahtera perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan nasabah pinjaman kredit. Penelitian ini adalah survei dengan sampel 50 responden yang pernah dan sedang menjadi nasabah BPR Agung Sejahtera Semarang. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pinjaman Kredit pada BPR Agung Sejahtera Semarang. Hasil penelitian ini menggunakan SPSS versi 19 menunjukkan bahwa : faktor keandalan ($b_2 = 0.367$) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kemudian empati ($b_5 = 0.299$), jaminan ($b_4 = 0.201$), kenampakan fisik ($b_1 = 0.147$), sementara daya tanggap ($b_3 = 0.120$) menjadi faktor terendah yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Dari hasil analisis menggunakan regresi berganda bahwa dari variabel independen signifikan, karena nilai signifikan semua < 0.05 .

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, kualitas pelayanan, metode servqual, data primer, analisis regresi berganda.

Abstract

Customer satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that emerged after comparing the performance (results) are considered products of the expected performance. BPR Agung Sejahtera Semarang one of the services, especially in the banking sector should be able to provide optimum service to always put the quality of service so that customers feel satisfied and safe in the transaction. Efforts to improve quality of service by BPR Agung Sejahtera Semarang is innovative and oriented towards customer satisfaction and loyalty. But the question still arises whether this has actually can give satisfaction to customers BPR Agung Sejahtera Semarang when viewed from the Great Prosperity servqual method with the five dimensions of service tangibles (physical appearance), Assurance (security), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), empathy (empathy). BPR Agung Sejahtera need to identify whether the service has been granted in accordance with the expected credit

borrowers. This research is a survey with a sample of 50 respondents who had and being a customer of the BPR Agung Sejahtera Semarang. The primary data obtained through interviews using a questionnaire. The purpose of this study to analyze the impact of service quality Credit loan on BPR Agung Sejahtera Semarang. The results of this study using SPSS version 19 show that: the reliability factor ($b_2 = 0.367$) became the biggest factor affecting customer satisfaction, and empathy ($b_5 = 0.299$), assurance ($b_4 = 0.201$), physical appearance ($b_1 = 0.147$), while the power response ($b_3 = 0.120$) to the lowest factor affecting customer satisfaction. From the analysis using multiple regression of independent variables that significantly, because of all the significant value of <0.05 .

Keywords: Customer satisfaction, service quality, servqual method, primary data, multiple regression analysis.

1. PENDAHULUAN

Kualitas dan kepuasan nasabah sangat berkaitan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan dengan perusahaan. Kepuasan nasabah sangatlah penting dalam membentuk citra dan sikap yang baik terhadap Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Agung Sejahtera Semarang. Apabila kepuasan dan loyalitas nasabah BPR Agung Sejahtera Semarang tidak dijaga dan ditingkatkan dengan baik maka nantinya akan kalah bersaing dengan bank lain dan akhirnya nasabah lama BPR Agung Sejahtera dapat berpindah menjadi nasabah bank lain. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L. Barry, A Parasuraman dan Zeithaml yang dikenal dengan *Service Quality* (Servqual), yang berdasarkan pada lima asas dimensi yaitu *tangibles* (penampilan fisik), *Assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *empathy* (empati). Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh BPR Agung Sejahtera Semarang bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan dan loyalitas nasabah. Namun masih muncul pertanyaan apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah BPR Agung Sejahtera bila dilihat dari lima dimensi pelayanan yaitu *tangibles* (penampilan fisik),

Assurance (jaminan), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *empathy* (empati). BPR Agung Sejahtera perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan nasabah pinjaman kredit. Hal ini sebagai bukti perhatian BPR Agung Sejahtera terhadap kepuasan dan loyalitas nasabahnya. Apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan nasabah. Apabila harapan nasabah lebih besar dari tingkat pelayanan yang diterima maka minat pinjaman kredit pun akan menurun. Sebaliknya apabila harapan nasabah sama/lebih kecil dari tingkat pelayanan yang diterima maka pinjaman kredit semakin meningkat. Dari lima dimensi pelayanan tersebut, manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelayanan nasabah pinjaman kredit BPR Agung Sejahtera. Penelitian ini diharapkan mampu menganalisis kualitas pelayanan pinjaman kredit BPR Agung Sejahtera Semarang terhadap kepuasan nasabah berdasarkan pendekatan model *Service Quality* (Servqual). Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengadakan penilitan dengan judul “ **Analisis Pelayanan Pinjaman Kredit pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR)**

Agung Sejahtera Semarang menggunakan Metode Servqual”.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Dyah Kusumaningrum Noermijati (2010)[1] menunjukkan Dimensi kualitas pelayanan yang meliputi variable bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial variable bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan jaminan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variable empati tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini karena kurangnya kemampuan petugas lapangan dalam melakukan pembinaan secara berkelanjutan terhadap nasabah serta dalam menjalin komunikasi yang baik dengan para nasabah. Sedangkan variable jaminan ternyata memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan/ketidakpuasan pelanggan menurut Day dalam Tse dan Wilton (1988) adalah “respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”. Engel (1990) dalam Fandy Tjiptoni (1996:146) [2] mengungkapkan bahwa Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila

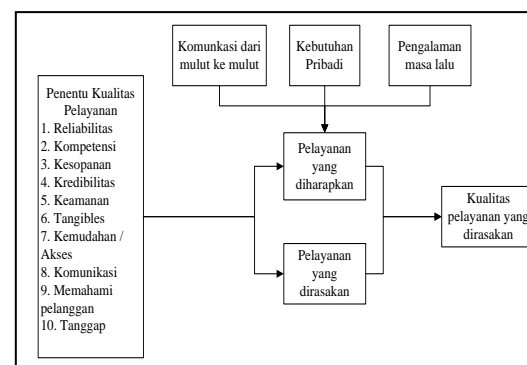
hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

2.3 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian antusias kepada negara, cita-cita atau individu. Dalam konteks bisnis belakangan ini, istilah loyalitas telah digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang serta jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman atau rekan-rekannya (Lovelock dan Wright,2007:133)[3]

2.4 Metode Servqual

Servqual merupakan model pengukuran kesenjangan (*gap*) kualitas pelayan atau jasa (*Service Quality*) yang diperkenalkan oleh Zeithaml, Parasuraman and Berry pada tahun 1985. Pada awalnya SERVQUAL diukur berdasarkan 10 aspek penentu kualitas pelayanan, seperti ditunjukkan dalam Gambar 2.6



Sumber: Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1985. *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness.*

[4]Selanjutnya Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) mengemukakan akronim (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness) untuk menampung kesepuluh indikator

atau aspek penentu kualitas pelayanan itu, apabila disusun dalam akronim RATER, akan menjadi :

Reliability

1. Reliabilitas (Kendala, kemampuan memberikan jasa sesuai yang dijanjikan dan melaksanakan pekerjaan secara akurat).

Assurance

2. Kompetensi (Keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penyedia jasa).
3. Kesopanan (ramah tamah, ras ahormat, persahabatan ketika berhubungan dengan pelanggan)
4. Kredibilitas (Kejujuran, kepercayaan terhadap penyedia jasa)
5. Keamanan (bebas dari ketakutan, risiko, keraguan,dll)

Tangibles

6. Tangibles (Penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, material komunikasi, dan lain-lain).

Empathy

7. Kemudahan (pendekatan dan kemudahan yang diberikan kepada pelanggan)
8. Komunikasi (menjaga agra pelanggan tetap memperoleh informasi yang mudah dan dibutuhkan oleh mereka, mendengar kebutuhan pelanggan)
9. Memahami pelanggan (memahami kebutuhan pelanggan)

Responsiveness

10. Tanggap (responsive, keinginan membantu dan memberikan pelayanan yang tepat kepada pelanggan)

Bersama dengan diperkenalkan akronim RATER, Zeithml, Parasuraman and Berry (1990) mengembangkan lima kesenjangan kualitas pelayanan yang harus diukur, dikelola, dan

diminimumkan oleh manajemen organisai.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode Kuesioner

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data primer dari nasabah yang datang ke BPR Agung Sejahtera. Daftar pertanyaan dirancang sedemikian rupa untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan mengenai dimensi-dimensi dan atribut yang akan diolah.

Metode observasi

Metode ini dilakukan dengan mengamati secara langsung obyek penelitian yang ada di loket-loket pelayanan nasabah BPR Agung Sejahtera untuk memberikan gambaran sesungguhnya dari obyek yang diteliti.

Metode Wawancara

Metode ini digunakan untuk memperoleh data-data tentang gambaran umum BPR Agung Sejahtera dan memperoleh gambaran secara langsung tentang kepuasan nasabah dan proses pinjaman kredit sehingga lebih memudahkan bagi peneliti dalam memahami permasalahan yang ada.

3.2 Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis ini dilakukan dengan menginterpretasikan data yang diperoleh dari hasil kuesioner serta menyimpulkan dalam susunan yang sistematis

Analisis Kuantitatif

1. Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak

diukur (Ferdinand,2006). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*) menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand,2006). Biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrument dengan skor total (Sugiyono,2001).

Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan alat ukur berupa program computer yaitu SPSS *for windows* 19, dan jika suatu alat ukur mempunyai kolerasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid (Ghozali, 2001).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat pengukur konstruk atau variable. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu sewaktu (Ghozali, 2001).

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut.

3.3 Metode Analisis Data Analisis Data Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya, dengan menggunakan alat analisis statistik. Dalam penelitian ini, analisis data kuantitatif yang digunakan antara lain :

1. Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ferdinand, 2006). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. (Ghozali, 2006). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*) menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand, 2006). Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir angket adalah :

- 1) Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika r_{hitung} tidak positif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi konstruk atau indikator (variabel) penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien *Alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien alpha diatas 0,60. Menurut Nunnaly (1967) dalam Ghozali (2006) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Kuantitatif

Uji Validitas

Variabel	r hitung	>/<	r tabel	Kesimpulan
Keandalan				
Indikator 1	0,372	>	0,279	Valid
Indikator 2	0,636	>	0,279	Valid
Indikator 3	0,326	>	0,279	Valid
Indikator 4	0,672	>	0,279	Valid
Jaminan				
Indikator 1	0,793	>	0,279	Valid
Indikator 2	0,898	>	0,279	Valid
Indikator 3	0,915	>	0,279	Valid
Indikator 4	0,874	>	0,279	Valid
Kenampakan Fisik				
Indikator 1	0,610	>	0,279	Valid
Indikator 2	0,638	>	0,279	Valid
Indikator 3	0,610	>	0,279	Valid
Indikator 4	0,464	>	0,279	Valid
Empati				
Indikator 1	0,486	>	0,279	Valid
Indikator 2	0,639	>	0,279	Valid
Indikator 3	0,514	>	0,279	Valid
Indikator 4	0,413	>	0,279	Valid
Daya Tanggap				
Indikator 1	0,620	>	0,279	Valid
Indikator 2	0,619	>	0,279	Valid
Indikator 3	0,675	>	0,279	Valid
Indikator 4	0,478	>	0,279	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Kedua tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator dari 5 variabel kondisi saat ini dan harapan mempunyai r hitung > r tabel yaitu sebesar 0,279, sehingga semua indikator dinyatakan valid.

Uji Reliability

Variabel	Alpha	>/<	Cronbach's Alpha	Keterangan
Data Kondisi				
Keandalan	0.648	>	0,60	Reliabel
Jaminan	0.834	>	0,60	Reliabel
Kenampakan fisik	0.707	>	0,60	Reliabel

Empati	0.643	>	0,60	Reliabel
Daya Tanggap	0.716	>	0,60	Reliabel
Data Harapan				
Keandalan	0,706	>	0,60	Reliabel
Jaminan	0,622	>	0,60	Reliabel
Kenampakan fisik	0,612	>	0,60	Reliabel
Empati	0,646	>	0,60	Reliabel
Daya Tanggap	0,726	>	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Hasil pengujian reliabilitas dengan *Cronbach Alpha* menghasilkan koefisien alpha lebih besar dari 0,60 pada semua dimensi kualitas pelayanan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi serta kehandalan maksud yang baik.

4.2 Penerapan metode Servqual

Dimensi	Atribut Pertanyaan	Kepuasan nasabah		
		Kepuasan	Harapan	Gap
Keandalan	Pelayanan sesuai yang dijanjikan	3,44	3,36	0,08
	Pelayanan yang mudah dipahami sejak pertama kali bertransaksi	3,34	3,36	0,04
	Karyawan melayani dalam waktu cepat dan segera	3,42	3,3	0,08
	Keteguhan karyawan dalam menangani masalah/kesulitan pelayanan	3,32	3,34	-0,02
Jaminan	Kepercayaan yang diberikan karyawan dalam memberikan pelayanan	3,34	3,32	0,02
	Karyawan berlaku sopan dalam bertransaksi	3,36	2,28	0,08
	Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan	3,26	3,4	-0,12
	Karyawan selalu membuat nasabah merasa aman dalam bertransaksi	3,36	3,28	0,08

Kenampakan Fisik	Tersedia fasilitas pelayanan dengan penampilan menarik	3,4	3,28	0,12
	Fasilitas ruang tunggu memberikan kenyamanan	3,36	3,4	-0,04
	Karyawan berpenampilan dan berpakaian rapi dalam memberikan pelayanan	3,3	3,48	-0,18
	Proses menggunakan peralatan dan teknologi modern dalam memberikan pelayanan	3,34	3,34	0
Empati	Karyawan selalu mengucapkan salam (selamat pagi/siang/sore bapak/ ibu) pada awal pelayanan	3,4	3,44	-0,04
	Karyawan selalu mengucapkan terimakasih diakhir pelayanan	3,3	3,34	-0,04
	Sikap dan etika karyawan (keramahan&kesopanan) dalam memberikan pelayanan	3,4	3,42	-0,02
	Karyawan tidak membedakan golongan/status dalam memberikan pelayanan	3,3	3,36	-0,06
Daya Tanggap	Karyawan memberikan pelayanan yang tepat	3,42	3,42	0
	Keberadaan dan ketanggapan karyawan dalam menanggapi keluhan nasabah	3,34	3,32	0,02
	Karyawan selalu hadir tepat waktu dan ada pada jam kerja sesuai dengan yang telah ditetapkan?	3,36	3,36	0
	Karyawan memberikan penjelasan yang jelas saat memberikan pelayanan	3,32	3,28	0,04

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Sebesar 75% indikator dari dimensi keandalan sudah memenuhi harapan. Dari empat indikator keandalan hanya terdapat satu indikator yang memiliki nilai rendah dibanding harapan nasabah. Sebesar 75% indikator dari dimensi jaminan sudah memenuhi harapan. Sebesar 25% indikator dari dimensi kenampakan fisik yang memenuhi harapan nasabah sedangkan 75% nya tidak memenuhi harapan.

4.3 Analisis Regresi Berganda

Mode	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.344	.873		1.539	.128
Kenampakan Fisik	.081	.040	.147	2.019	.047
Keandalan	.183	.055	.367	3.307	.001
Daya tanggap	.066	.030	.120	2.172	.033
Jaminan	.147	.052	.201	2.822	.006
Empati	.153	.048	.299	3.160	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dalam penelitian ini, hasil regresi menggunakan *standardized coefficients*. Persamaan Linier dari hasil regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut : $Y = 0,147X_1 + 0,367X_2 + 0,120X_3 + 0,201X_4 + 0,299X_5$

Pada persamaan regresi tersebut, koefisien regresi semua variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun.

5. KESIMPULAN

1. Persamaan regresi $Y = 0.147X_1 + 0.367X_2 + 0.120X_3 + 0.201X_4 + 0.299X_5$ artinya semua variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat, dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, faktor keandalan ($b_2 = 0.367$) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kemudian empati ($b_5 = 0.299$), jaminan ($b_4 = 0.201$), kenampakan fisik ($b_1 = 0.147$), sementara daya tanggap ($b_3 = 0.120$) menjadi faktor terendah yang mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Dari hasil analisis bahwa dari variabel independen signifikan, karena nilai signifikan semua < 0.05 . Kenampakan fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut dibuktikan

dengan sig $0,047 < 0,05$. Nilai koefisien X_1 (kenampakan fisik) sebesar 0,081. Keandalan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut dibuktikan dengan sig $0,001 < 0,05$. Nilai koefisien X_2 (keandalan) sebesar 0,183. Jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut dibuktikan dengan sig $0,006 < 0,05$. Nilai koefisien X_4 (jaminan) sebesar 0,147. Kenampakan fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut dibuktikan dengan sig $0,002 < 0,05$. Nilai koefisien X_5 (empati) sebesar 0,153.

SARAN

1. Keandalan mempunyai pengaruh terbesar terhadap kepuasan nasabah. Indikator keandalan yang dominan adalah Keteguhan karyawan dalam menangani masalah/kesulitan pelayanan. Untuk itu, seharusnya pihak manajemen BPR Agung Sejahtera mengadakan pelatihan terhadap karyawan agar karyawan lebih sabar dalam menangani masalah atau kesulitan nasabah dalam pinjaman kredit.
2. Empati mempunyai pengaruh terbesar kedua terhadap kepuasan nasabah. Karena empati merupakan dimensi yang paling rendah nilainya sehingga pihak manajemen memberikan pengarahan kepada karyawan agar lebih melakukan pendekatan secara personal terhadap calon nasabah atau nasabah tanpa terkecuali.
3. Jaminan mempunyai pengaruh terbesar ketiga terhadap kepuasan nasabah. Indikator jaminan yang dominan adalah Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah

terhadap jaminan yang diberikan oleh BPR, maka pihak BPR Agung Sejahtera Semarang hendaknya meningkatkan pengetahuan karyawan mengenai produk-produk yang ditawarkan serta kaitannya dengan pinjaman kredit, dengan demikian karyawan akan dapat menjawab dengan baik semua pertanyaan-pertanyaan yang diajukan nasabah.

4. Sebagai sarana dalam mewujudkan kepuasan nasabah, pihak BPR Agung Sejahtera Semarang perlu menggunakan teknologi informasi yang dapat menjadi sarana pelayanan serta pemberian informasi kepada nasabah dengan lebih cepat dan akurat dengan penggunaan bahasa pemrograman serta penyimpanan dalam bentuk database yang dapat meminimalkan pemakaian berkas dan juga dapat mengelola manajemen file dengan baik. Untuk itu pihak BPR Agung Sejahtera Semarang dapat mengembangkan sistem pelayanan pinjaman berbasis web yang dapat diakses oleh semua pengguna web tanpa batasan jarak dan waktu serta dapat menjadi media informasi yang *up to date* bagi masyarakat umum serta nasabah BPR Agung Sejahtera.
5. Secara keseluruhan semua unsur dimensi kualitas pelayanan yang meliputi kenampakan fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah sehingga pihak BPR Agung Sejahtera Semarang perlu mempertahankan lebih khusus dimensi-dimensi tersebut serta mencari terobosan baru yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Noermijati, Ayu Dyah Kusumaningrum. 2010. *Peningkatan Kepuasan Nasabah melalui Penerapan Model Servqual*. Universitas Brawijaya Malang.
- [2] Isnan, Muhammad Ariefian. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Reservation Ticket Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus pa PT Kereta Api Daop 4 Semarang. Semarang. Universitas Diponegoro.
- [3] Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, Gusti. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan. Denpasar. Universitas Udayana.
- [4] Vincent, Gospersz. 2012. *All In One Management Toolbook*. Semarang. PT Gramedia Pustaka Utama.