

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab terdahulu, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas hubungan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada pelaku usaha mikro, artinya hubungan yang baik antara bank dengan nasabah usaha mikro bukan merupakan kekuatan yang mempunyai pengaruh tinggi bagi nasabah untuk memperoleh kepuasan dalam menjalin hubungan dengan bank.
2. Kedekatan hubungan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada pelaku usaha mikro. Dalam hal ini pegawai bank dalam menjalankan hubungan baik kepada para nasabah melalui pelayanan yang ramah dan mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh nasabah mampu menciptakan kepuasan nasabah.
3. Kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada pelaku usaha mikro, artinya bahwa nasabah yang puas akan secara terus menerus dapat menjadi nasabah yang loyal. Nasabah yang puas akan senantiasa untuk melakukan pembelian ulang, menyampaikan kepuasan dan kesan positifnya kepada nasabah lain dan tidak akan mudah tertarik untuk pindah ke bank lainnya.

4. Diantara interaksi faktor interpersonal yang meliputi sikap, perilaku, dan keahlian dengan faktor lingkungan yang meliputi suasana, kebijakan kredit dan jaminan, terlihat bahwa faktor lingkungan merupakan faktor yang lebih menentukan kualitas hubungan . Faktor lingkungan seperti suasana lebih menarik bagi nasabah usaha mikro dibandingkan faktor lainnya. Kondisi tersebut terbukti dari urutan prioritas faktor-faktor penentu kualitas hubungan adalah suasana, jaminan, sikap, keahlian, kebijakan kredit dan perilaku.
5. Hasil interaksi antara faktor keramahan pegawai dengan faktor kredibilitas pegawai, menunjukkan bahwa secara keseluruhan rata-rata faktor kredibilitas pegawai merupakan faktor yang lebih menentukan kedekatan hubungan. Namun demikian faktor keramahan yaitu pernyataan mengenai ketanggapan pegawai merupakan faktor yang paling menarik nasabah usaha mikro dibandingkan faktor lainnya, dan faktor yang kurang menarik adalah perhatian pegawai dan kebebasan berinteraksi yang memiliki rata-rata nilai sama.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian yang dilakukan terdapat beberapa keterbatasan yang menyangkut keterbatasan teoritik dan metodologi penelitian.

1. Landasan teori dan penelitian yang dilakukan sebelumnya yang hampir sama dengan penelitian yang sedang dilakukan masih sangat terbatas. Secara teoritik, penelitian ini masih terbatas pada faktor kualitas hubungan dan kedekatan hubungan yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian sebelumnya yang meneliti tentang faktor penentu kualitas hubungan dan

kedekatan hubungan sangat banyak, namun yang meneliti khusus pemberian layanan kredit perbankan kepada pelaku usaha mikro masih sangat terbatas.

2. Secara metodologi, pada saat dilakukan penyebaran data di lapangan mengalami kendala luang waktu baik dari peneliti maupun dari sisi responden, serta kurangnya tingkat pemahaman responden atas isian data kuisioner yang diajukan.
3. Kurang spesifiknya pertanyaan terbuka yang terkait dengan variabel penelitian, sehingga peneliti sulit dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara lengkap untuk menggali lebih jauh indikator pada variabel penelitian.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian serta implikasi analisis terhadap kebijakan pemasaran perbankan, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi industri perbankan, dalam memasarkan produk khususnya pada nasabah usaha mikro dapat lebih dalam lagi menggali faktor terkait dengan hubungan yang berkualitas seperti: memperbaiki perilaku pegawai, mengevaluasi kebijakan kredit (suku bunga terjangkau, persyaratan kredit mudah, proses kredit cepat), dan lebih meningkatkan keahlian pegawai melalui pendidikan dan pelatihan. Hal tersebut sesuai dengan hasil rata-rata hasil penilaian tiga terendah faktor kualitas hubungan.
2. Guna meningkatkan kedekatan hubungan antara perbankan dengan pelaku usaha mikro sehingga dapat lebih menciptakan kepuasan pelayanan, industri perbankan dapat menggali indikator keramahan pegawai seperti: menyediakan waktu lebih untuk melayani, peduli terhadap kebutuhan

nasabah, lebih dalam mengenal nasabah, memberi kebebasan berinteraksi, dan menyapa pegawai dengan nama panggilan, yang mana rata-rata (mean) indikator mempunyai penilaian lebih rendah di bandingkan dengan rata-rata variabel kedekatan hubungan secara keseluruhan.

3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan mampu mengeksplorasi faktor-faktor lain yang menentukan kualitas hubungan dan kedekatan hubungan antara nasabah usaha mikro dengan bank serta pengaruhnya terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah usaha mikro dalam mengambil layanan kredit perbankan, dengan jangkauan wilayah yang lebih luas dan berdasarkan karakteristik demografi responden serta skala usahanya sehingga diharapkan didapatkan hasil yang lebih komprehensif. Secara spesifik, bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian atas variabel-variabel yang belum tereksplorasi dalam penelitian ini, misalnya hubungan antara variabel-variabel penentu kualitas hubungan dan kedekatan hubungan serta variabel manfaat terhadap komitmen.

## DAFTAR RUJUKAN

- Amy Wong, Amrik Sohal, 2002, "An examination of the relationship between trust, commitment and relationship quality", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 30 Iss: 1 pp. 34 – 50
- Arturo Molina, David Martín-Consuegra, Águeda Esteban, 2007, "Relational benefits and customer satisfaction in retail banking", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25 Iss: 4 pp. 253 – 271
- Agustiono, Budi, dan Sumarno, 2006, Analisa pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan dan loyalitas pasien rawat inap di rumah sakit St. Elisabeth Semarang, *EKSPLANASI*, Vol. 1, No. 1, April 2006, p. 1-18
- Bank Indonesia ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id))
- Beetles, Andrea C, and Loyd C. Harris. 2010, "The role of intimacy in service relationship: an exploration", *Journal of Service Marketing*, pp.347-358
- Caceres, R.Chumpitaz, and Nicholas G. Paparoidamis, 2007, "Service quality, relationship satisfaction, trust, commitment and business-to-business loyalty", *European Journal of Marketing*, vol. 41 ISS: 7 pp. 836-867
- Cooper, D.R., and C.W Emory, 2005, *Business Research Methods*, Chicago: Irwin
- Crosby, L.A., Evans, K.R. and Cowles, D. 1990, "Relationship quality in services selling: an interpersonal influence perspective", *Journal of Marketing*, Vol. 54, pp. 68-81
- Chan, Syarifuddin, 2003, *Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*, PT. Gramedia Pustaka Utama
- Dharmesta, Basu Swastha, 1999, "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.14, No. 3:73-88
- Ferrinadewi, Erna, 2005, "Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume Ketujuh, No. 2. September 2005
- Guenzi, Paolo and Ottavia Pelloni, 2004, "The impact of interpersonal relationship on customer satisfaction and loyalty to thr service provider", *international Journal of Service Industry Management*, Vol 15 Iss: 4 pp. 365-384

- Gerrard Macintosh. 2007. "Customer orientation, relationship quality, and relational benefits to the firm". *Journal of Services Marketing*. Vol. 21 Iss: 3, pp.150 – 159
- Ghozali, Imam. 2004. *Model Persamaan Struktural Konsep Aplikasi dengan Program AMOS 19.0*. Semarang: Universitas Diponegoro
- , 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang : Universitas Diponegoro
- Hennig-Thurau T. Kevin P.Gwinner, Dwayne D. Gremier. 2002. "Understanding Relationship Outcomes an Integration of Relational Benefit and relationship quality" *Journal of Service research*. Vol 4 No.3 DP 230-234
- Hurriyati, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung
- Hair, Joseph F., William, Babin, Barry, and Rolph Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis*, New Jersey: Englewood Cliffs
- Hansen, Havard, 2003, "Antesedents to costomer disclosing intimacy with service employees". *Journal of Service Marketing*. Vol 17 No. 6, pp. 573-588
- J. Akhtar, 2011, "*Determinants of Service Quality and Their Relationship with Behavioural Outcomes: Empirical Study of the Private Commercial Banks in Bangladesh*", *International Journal of Business and Management*, 6(11), 2011, 146-156.
- Jasfar, Farida, 2002, "Kualitas Hubungan (Relationship Quality) dalam Jasa Penjualan", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Volume 2 No. 3, September 2002
- Kim, W., Ok, Chihyung, and K.P. Gwinner, 2010, "The Antecedent role of customer- employee relationship in the development of customer-to-firm relationship", *The Service Industrial Jurnal*, Vol. 30 (7), pp.1139-1157
- Kotler, Philip and Gary Amstrong, 1996, *Principles of Marketing, Sevent Edition*, International Edition, Prentice hall, Inc, Englewood Cliffs, New Jersey.
- , dan A.B. Sutanto, 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi pertama, Salemba Empat, Jakarta
- , dan Amstrong, Gary, 2004, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi kedelapan, Erlangga, Jakarta

- , dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1. Jakarta:PT. Index
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (www.depkop.go.id)
- Levesque, L. And Gordon H.G. McDougall, 1996, “Determinants of customer satisfaction in retail banking”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 14 Iss: 7 pp. 12-20
- Leverin, Andreas, and Liljander, Veronica, 2006. “Does relationship marketing improve customer relationship satisfaction and loyalty?”, *International Journal of Marketing*, Vol. 24, No. 4, pp. 232-251
- Martin-Consuegra, D. Molina, A. and Esteban, A, 2007, “An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: an Empirical Analysis in the Service Sector”, *Journal of Product & Brand Management*, Volume. 16, Issue.7, pages. 459–468
- Malhotra, N.K, 2009, *Marketing Research*. New Jersey: Prentice Hall International
- Molina, Arturo, Martin-Consuegra, D, and Agueda Esteban, 2007, “Relational benefits and customer satisfaction in retail banking”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25 Iss: 4 pp. 253 – 271
- Pham Ngoc Thuy and Le Nguyen Hau, 2010, *Service personal values and customer loyalty*, A study of banking services in a transitional economy School of Industrial Management, Ho Chi Minh City University of Technology, Ho Chi Minh City, Vietnam
- Roig, J. C. Fandos, Garcia, J.S., Tena, M.A. Moliner, and Jaume Liorent Monzonis, 2006, “Customer perceived value in banking service”, *International Jurnal of Bank Marketing*, Vol. 24 Iss: 5 pp. 266-283
- Su Qin, Li Zhao, Xu Yi, 2009, *Impacts of customer service on relationship quality: an empirical study in China*, *Managing Service Quality*, Vol. 19 Iss: 4 pp. 391 – 409
- Shamdasani, P.N., dan Balakrishnan, A.A. 2000, “Determinants of Relationship Quality and Loyalty in Personalized Services”. *Asia Pacific Journal of Management*. Vol. 17(3), 399–422
- Soetomo, Harsini, 2004, *Relationship Marketing pada Upscale Retailing : Hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas*, Media Riset Bisnis dan Manajemen Volume 4 No. 3, Desember 2004.
- Sunarto, 2004, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit Amus, Yogyakarta & UST Press, Yogyakarta.

- Sumarman, Ujang, 2003, *Prilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta
- Suryani, Tatik, 1998, *Nilai Strategik Kesetiaan Pelanggan, Perkembangan Konsep dan Implikasi Manajemen*, Usahawan no. 09 Th XXVII, September 1998
- , dan Herizon Chaniago 2008. "Switching Barrier factors in Syariah Banking and the Effects on Customer Retention", *Proceeding of The ABFE International Conference 2008 in Contemporary Issues in Doing Business in Asia*. Kuala Lumpur, 3-4 Desember 2008
- Tjiptono, Fandy, 2000, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran : Kontemporer*, Edisi Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- , 2006, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia publishing, Malang.
- Taguchi, G, 1987, *System of Experimental Design*, Vol. 1-2, UNIPUB/Kraus International Publication, N.Y: White Plains.
- Uma Sekaran, 2009. *Research Method s for Business: A Skill Building Approach*, Singapore, John Wiley & Sons
- Walter,Achim, Thilo A. Mueller, Gabriele Helfert. 2012. The Impact of Satisfaction, Trust, and Relationship Value onCommitment: *Theoretical Considerations and Empirical Results*, University of Karlsruhe, IBU
- Yavas, U., Bilgin, Z. and Shemuell, D.J, 1997, "Service Quality in the Banking Sector in an Emerging Economy : A Consumer Survey", *International Journal of Bank Marketing*, Vol.15 No.6, page 218