

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel manfaat relasional dalam layanan kredit modal kerja memiliki pengaruh positif signifikan terhadap komitmen nasabah UMKM di bank umum Surabaya.
2. Variabel komitmen nasabah dalam layanan kredit modal kerja memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah UMKM di bank umum Surabaya.
3. Variabel manfaat relasional dalam layanan kredit modal kerja memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah UMKM di bank umum Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini menyangkut keterbatasan teoritik dan metodologi penelitian.

1. Secara teoritik, ketersediaan riset sebelumnya yang membahas tentang kualitas hubungan dalam pelayanan kredit perbankan relative sangat sedikit. Penelitian sebelumnya mengenai penentu kualitas hubungan lebih banyak dilakukan pada jasa yang sifatnya umum. Oleh karena itu kajian teori maupun

penelitian sebelumnya yang sejenis yang melandasi penelitian ini relative terbatas.

2. Secara metodologi, saat penyebaran data di lapangan peneliti mengalami kendala luang waktu responden yang terbatas, serta rendahnya tingkat pemahaman responden atas pernyataan yang diajukan dalam kuesioner.

5.3 Saran

Mengacu pada hasil penelitian yang dilakukan, maka untuk dapat membangun komitmen dan loyalitas nasabah dapat diberikan saran kepada:

1. Bank
 - a. Bank sebaiknya memperhatikan aspek manfaat relasional sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan komitmen dan loyalitas nasabahnya. Terkait dengan hasil penelitian ini sebaiknya bank menjaga dan meningkatkan manfaat relasional kepada nasabahnya dengan menekankan pentingnya memberikan perlakuan khusus terhadap nasabah, memberikan kemudahan pengurusan pengajuan kredit kepada nasabah lancar dan nasabah yang sering melakukan pengajuan kredit di bank yang bersangkutan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank.
 - b. Berupaya membangun komitmen nasabah dengan menjamin diterimanya pengajuan kredit yang diajukan oleh nasabah, sedangkan komitmen nasabah terhadap pihak bank adalah dengan memberikan kepercayaan terhadap pihak bank mengenai kelancaran pembayaran

pinjaman kredit yang telah diberikan. Dengan adanya komitmen yang telah diberikan oleh masing-masing pihak maka dapat menciptakan suasana kepercayaan dari kedua belah pihak.

- c. Bank sebaiknya memberikan prioritas kepada nasabah tertentu ketika terjadi antrean, sehingga nasabah tersebut dapat merasa puas dalam pelayanan dan mendapatkan manfaat lebih dari bank.

2. Peneliti lain

Sebaiknya jenis kredit hanya terkait dengan kredit modal kerja, dan sebagian besar jenis usaha yang memiliki nilai rata – rata terbesar adalah jenis usaha dagang, akan tetapi di dalam segmen UMKM seharusnya jenis usaha manufaktur, sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya segemen UMKM hanya terkait pada jenis usaha manufaktur, serta mengenai kuesioner dibuat lebih sederhana tanpa mengurangi indikator – indikator penting dari variabel yang diukur.

DAFTAR RUJUKAN

- Arafat, Wilson. 2006. *Manajemen Perbankan Indonesia – Teori dan Implementasi*. Jakarta: LP3ES
- Arikunto Suharsimi, 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta
- Augusty Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang : BP Universitas Diponegoro
- Bank Indonesia. 2009. *Hasil Kajian Kredit Konsumsi Mikro, Kecil dan Menengah untuk Kegiatan Produktif*. Bank Indonesia, Jakarta
- Bank Indonesia. 2009. *Laporan Perkembangan Kredit MKM oleh Bank Perkreditan Rakyat Triwulan I 2009*. Bank Indonesia, Jakarta
- Bank Indonesia. 2012. *Kajian Ekonomi Regional Jawa Timur Triwulan III-2012*. Bank Indonesia, Surabaya
- Budiretnowati, G. 2008. Kajian Tentang Profil UKM Sukses”. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*. Vol 3, hal 1-16
- Cooper, Donald R dan Emory, C William. 2008. *Business Research Methods*. Fifth Edition. New York. Richard D Irwin Inc
- Dagger, Tracey S, David, Meredith E, Sandy Ng., 2011. "Do relationship benefits and maintenance drive commitment and loyalty?". *Journal of Services Marketing*. Vol. 25 Iss: 4, pp.273 – 281
- Departemen Koperasi. 2010. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2009-2010*. Jakarta : Departemen Koperasi
- Dermawan Wibisono, 2003, *Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Dwyer, R.F, Schurr, P.H and Oh, S, 2012, *Developing Buyer-Seller Relationship*, *Journal of Marketing*, Vol. 51,pp 11-27
- Fullerton, G and S. Taylor., 2000, “The Role of Commitment in Service Relationships”, in G. Gundlach and P. Murphy eds, *AMA Educators’ Proceedings: Enhancing Knowledge Development in Marketing*, vol.11, Chicago, IL:AMA,3

- Gronroos, Christian. 2001. "From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing". *Management Decision*. Vol. 32 Iss: 2, pp.4 – 20
- Hennig-Thurau, Thorsen dan Ursula Hansen. 2000. *Relationship Marketing: gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction and Customer Retention*. Germany:Springer
- Hennig-Thurau, Thorsten., Kevin P. Gwinner, Dwayne D. Gremler. 2000. *The Rationales of Service Relationship : Integrating Company-Oriented and Customer-Oriented Relational Benefits*. *American Marketing Association, Conference Proceedings, 11*, ABI/INFORM Global
- Hennig-Thurau, Thorsten., Gwinner, Kevin P, Gremler, Dwayne D., 2002. "Understanding Relationship Marketing Outcomes : An Integration of Relational Benefits and Relationship Quality". *Journal of Service Research*. Volume 4, Sage Publications
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro
- Jamil Bojei & A. Alwie., 2010. "The Influence of Relationship Quality on Loyalty in Service Sectors". *International Journal of Economics & Management*, Vol. 4, No. 1, June 2010: p. 81-100. ISSN: 1823-836X.
- John, Joby.2003. *Fundamentals of Customer Focused Management : competing Through Service*. USA:Greenwood Publishing Group, Inc
- Kinard, Brian R, Michael L. Capella. 2006., Relationship Marketing : The Influence of Consumer Involvement on Perceived Service Benefits. *Journal of Service Marketing*, Vol.20. pp.359-368
- Kong, Qingmin dan Zhang, Mingli. 2011. "The Integrative Structure and Outcome Model of Relationship Benefits : Using Data Mining". *JSW*. Vol 6 (1). Pp 48-55
- Lee, Moonkyu dan Cunningham, Lawrence F. 2001., "A cost/benefit approach to understanding service loyalty". *Journal of Services Marketing*, Vol. 15 Iss: 2, pp.113 – 130
- Levesque, Terrence, McDougall, Gordon H.G., 2000., "Determinants of customer satisfaction in retail banking". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 14 Iss: 7, pp.12 – 20
- Marzo-Navarro, Mercedes., Marta Pedraja-Iglesias, dan Ma Pilar Revera-Torres. 2004. *The Benefits of Relationship Marketing for The Customer and For*

The Fashion Retailers. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol.8 No.4.pp.425-436

Meidan A, 2010, *Marketing Financial Services*. Hampshire dan London : Macmillan Press Ltd

Molina, Arturo, Martin-Consuegra, David, Esteban, Águeda., 2006. "Relational benefits and customer satisfaction in retail banking". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 25 Iss: 4, pp.253 – 271

Molina, Maria-Eugenia, Irene Gil-Saura, dan Gloria Berenguer-Contrí. 2009. Relational Benefits and Loyalty in Retailing : An Inter-Sector Comparison *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol 37 No. 6.pp.493-509

Morgan, Robert M, Hunt, Shelby. D., 2012. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing". *Journal of Marketing*. Vol. 58, pp 20-38

Mysen and Svensson., 2011. "Cause and outcomes of satisfaction in business relationships". *International Journal of Management & Marketing*, Vol. 29, No. 2, 2011: pp. 123-140

Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi., 2007. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, September, Vol. 14, No. 2 Hal. 215-227, ISSN: 1412-3126

O'Shaughnessy and Jane Stadler, 2005, *Media and Society-an introduction*, second edition, Newyork: Oxford University

Palaima, Tomas, Vilte Auruskeviciene., 2007. "Modelling Relationship Quality in The Parcel Delivery Services Market". *Baltic Journal of Management*, Vol 2 No.1.pp. 25-32

Parasuraman., 2001. "The Behaviorial Consequenses of Service Quality". *Journal of Marketing*, Vol 60.

Qin, Su., Zhao, Li, Yi, Xu., 2009. "Impacts of customer service on relationship quality: an empirical study in China". *Managing Service Quality*, Vol. 19 Iss: 4, pp.391 – 409

Rambut dan Hamdani. 008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua, Jakarta : Salemba Empat

Richa Widyaningtyas, 2010, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Serta Dampaknya pada Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Harina", Semarang : BP Universitas Diponegoro

- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Bussines*. Fourth Edition. New York. John Willey & Sons Inc
- Semadi, Luh Putu Sri Wulandari., Suprapti, Ni Wayan Sri dan Nurcahya, Ketut. 2012. "Pengaruh Manfaat Relasional terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank (Studi pada Bank BPD Bali Cabang Utama Denpasar). *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 6
- Stricker, Tim. 2008. *Retaining Loyal Customer in E-Commerce-Winning Customer is Good, But Keeping Them is Better*. Germany:Grin Verlag
- Walter, Muller, Helfert, Ritter., 2009. "Functions of Industrial Supplier Relationship and Their Impact on Relationship Quality". *Industrial Marketing Management*. Vol. 32, No. 1, pp. 159-69
- Westbrook, R.A., 2007, "Product/consumption-based affective responses and post purchase processes", *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, pp. 258-70
- Wijono, W. 2005. "Pemberdayaan Lembaga Keuangan Mikro Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional : Upaya Konkrit Memutus Rantai Kemiskinan". *Kajian Ekonomi dan Kajian Keuangan (Edisi Khusus)*. Pusat Pengkajian Ekonomi dan Keuangan. Badan Pengkajian Ekonomi, Keuangan dan Kerjasama Internasional. Departemen Keuangan
- Wira Sutedja, 2007, Panduan Layanan Konsumen, Jakarta : Grasindo
- Wong, Ami, Sohal, Amrik., 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
- Wulf, Kristof De, Gaby Odekerken-Schroder, & Dawn Iacobucci (2001). "Investment in Consumer Relationships : A Cross-Country and Cross-Industry Exploration, " *Journal of Marketing* ", vol 65, Oktober, 33 – 55
- Yacout, Omneya Mokhtar. 2010. Service Quality Relational Benefits, and Customer Loyalty in A Non-Western Context. *SAM Advance Management Journal*, Vol.75. pp. 2-22
- Yen, Hsiu Ju Rebecca, Kevin P. Gwinner., 2003. Internet Retail Customer Loyalty : The Mediating Role of Relational Benefits. *International Journal of Service*, Vol. 14 No.5. pp 483-500
- Zeithaml, Britner and Gremler, 2006, *Service Marketing*, Fourth Edition, Prentice Hall : Exclusive Right by MC Graw-Hill