

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil interaksi antara faktor interpersonal yang meliputi sikap, perilaku, dan keahlian dengan faktor lingkungan yang meliputi suasana, kebijakan kredit dan jaminan menunjukkan bahwa faktor lingkungan merupakan faktor yang lebih menentukan kualitas hubungan dibandingkan faktor interpersonal. Faktor interpersonal dinilai standart dan nasabah sudah mengetahui tentang produk bank tersebut dan tidak memerlukan informasi yang lebih rinci. Di lain hal, nasabah lebih tertarik pada faktor lingkungan, seperti jaminan. Hal tersebut terbukti dari urutan prioritas faktor-faktor penentu kualitas hubungan secara berturut-turut adalah jaminan, keahlian, suasana, perilaku, kebijakan kredit dan sikap.
2. Kualitas hubungan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada pelaku usaha kecil, artinya hubungan yang baik antara bank dengan nasabah merupakan kekuatan bagi bank untuk jangka panjang karena nasabah puas akan harapannya yang telah terpenuhi.
3. Kualitas hubungan berpengaruh positif signifikan terhadap komitmen nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada pelaku usaha kecil. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila kualitas hubungan yang

tercipta dan terjalin dengan baik maka nasabah akan mempertahankan hubungannya dengan perusahaan yang kemudian tumbuh menjadi ikatan yang berkelanjutan sebagai dasar dari hubungan antara perusahaan dengan nasabah

4. Kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap komitmen nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada pelaku usaha kecil, artinya bahwa nasabah yang puas akan menggunakan kembali menggunakan jasa, memberikan referensi yang baik kepada orang lain mengenai bank yang bersangkutan dan tidak akan merasa tertarik dengan bank lainnya.
5. Nasabah mengharapkan layanan kredit perbankan yang tidak hanya unggul dalam bunga yang rendah serta *maintenance* pegawai bank pada saat pengajuan kredit saja , tetapi mereka lebih membutuhkan *maintenance* atau *financial advisory* dalam mengelola keuangan untuk kemajuan usaha kecil yang dikembangkannya. Ketika sebuah bank mampu memenuhi harapan-harapan nasabah maka akan tercipta kepuasan nasabah yang selanjutnya akan tercipta komitmen nasabah

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini menyangkut keterbatasan teoritik dan metodologi penelitian.

1. Secara teoritik, penelitian ini masih terbatas pada faktor interpersonal dan lingkungan yang digunakan dalam penelitian. Penelitian sebelumnya yang meneliti tentang faktor penentu kualitas hubungan sangat banyak, namun yang meneliti khusus pemberian layanan kredit perbankan kepada pelaku

usaha kecil sangat sedikit sehingga landasan teori dan penelitian sebelumnya yang hampir sama dengan penelitian ini sangat terbatas.

2. Secara metodologi, saat penyebaran data di lapangan peneliti mengalami kendala luang waktu baik dari peneliti maupun responden dirasa terbatas, serta rendahnya tingkat pemahaman responden atas pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka selanjutnya disampaikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi perbankan dengan mengetahui faktor-faktor penentu kualitas hubungan dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha kecil, serta pengaruhnya terhadap kepuasan dan komitmen maka sebaiknya bank tidak hanya menawarkan bunga kredit yang lebih rendah, namun menjalin hubungan yang berkualitas seperti: (a) karyawan bank melayani dengan cepat (b) melayani sesuai dengan kebutuhan nasabah, (c) memiliki pengetahuan mengenai informasi yang lebih tentang produk yang ditawarkan, (d) proses kredit cepat, (e) merespon keluhan nasabah.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan mengidentifikasi faktor-faktor lain penentu kualitas hubungan dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha kecil, seperti jarak tempuh rumah pemilik usaha kecil dengan kantor cabang bank terdekat. Disamping itu perlu dilakukan penelitian sejenis pada responden budaya yang berbeda dengan kebiasaan masyarakatnya yang berbeda sehingga dapat membuktikan faktor-faktor penentu kualitas hubungan serta pengaruhnya terhadap kepuasan dan komitmen.

DAFTAR RUJUKAN

- Augusty Ferdinand. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua. Semarang: BP UNDIP
- Ausari, Sofyan. 2000. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, Dan Strategi*, Edisi Kedua, Jakarta:Rajawali
- Bank Indonesia (www.bi.go.id)
- Badan Pusat Statistik (www.bps.go.id)
- Bisnis Indonesia*. 05 Agustus 2010. "Pembiayaan Sektor UMKM Belum Merata"
- Citi Peka. 2010. *Kembangkan Potensi UMKM Indonesia bersama Citi Micro-Entrepreneurship Award (CMA)*. UKM Centre FEUI
- 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.
- Dagger, S Tracey, Meredith E David, Sandy Ng. 2011. Do Relationship Benefits and Maintance Drive Commitment and Loyalty?, *Journal of Services Marketing*, Vol. 25 Iss: 4 pp. 273 – 281
- Departemen Koperasi (www.depkop.go.id)
- Dorsch, M.J., Swanson, S.R. and Kelley, S.W. 1998. "The role of relationship quality in the stratification of vendors as perceived by customers", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 26 No. 2, pp. 128-42.
- Ghozali, Imam. 2004. *Model Persamaan Struktural Konsep Aplikasi dengan Program AMOS 19.0*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gundlach, G.T and Achrol, R.S. 1995. "The Structure of Commitment in Exchange". *Journal of Marketing*, Vol 59, pp 78-93
- Hair, Joseph F., William, Babin, Barry, and Rolph Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis*, New Jersey: Englewood Cliffs
- Hsieh, Y.C. and Hiang, S.T. 2004. "A study of the impacts of service quality on relationship quality in search-experience-credence services", *Total Quality Management*, Vol. 15 No. 1, pp. 43-58.

- 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
- Johnson, J.L. 1999. "Strategic integration in industrial distribution channels: managing the interfirm relationship as a strategic asset", *Journal of Academy of Marketing Science*, Vol. 27 No. 1, pp. 4-18.
- Kartono, Mohamad. 2013. *Agar Unbanked Bisa Berbank*, Infobank. Edisi Juli 2013.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta:PT. Index
- Macintosh, Gerrard. 2007. "Customer Orientation, Relationship Quality, and Relational Benefits to The Firm ", *Journal of Service Marketing*, Vol.21, Iss 3, PP 150-159
- Madiil, Judith J., Feeney, Lisa, Riding, A. And Geroge H. Haines Jr. 2002. "Determinants of SME Owner's Satisfaction With Their Banking Relationships: a Canadian Study ",*International Journal of Bank Marketing*, Vol 20. Issue 2 pp. 86-98
- Mudrajat. Kuncoro. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Natalisa, Diah, 1999. "*Pengaruh Komitmen Manajemen Terhadap Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Domestik: Dilihat dari sudut pandang Pelanggan dan Penyaji Jasa*", " Disertasi, Surabaya: Program Pacasarjana Universitas Airlangga
- Naude', P. and Buttle, F. 2000. "Assessing relationship quality", *Industrial Marketing Management*, Vol. 29, pp. 351-61.
- Parasuraman, A., V.A Zeithaml, and Leonard L.Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Marketing*, Vol 64 number 1
- Puspito, Harry. 2013. *Costumer Satisfaction*, Infobank, Edisi Juli 2013
- Radar Jogja.2013. *Dekati Nasabah, Buka Cabang Baru*, Jawa Pos 28 Juli 2013.
- Riduwan. 2004. *Riset Pemasaran*. Cetakan Kedua. Gramedia pustaka Utama. Jakarta

- Roberts, K., Varki, S. and Brodie, R. 2003. "Measuring the quality of relationship in consumer services: an empirical study", *European Journal of Marketing*, Vol. 37, pp. 169-96.
- Shamdasan, P.N. and Balakrishnan, A.A. 2000. "Determinants of relationship quality and loyalty in personalized service", *Asia Pacific Journal of Management*, Vol. 17, pp. 399-422.
- Santoso, Singgih. 2007. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, PT Alex Media.
- Schiffman, Leon G, Lessie Lazar Kanuk. 1997. *Customer Behaviour*, UNITED State of America: Prentice – Hall Inc
- Sihombing, Sabrina Oktaria dan Lia Pratiwi Chandra. 2012. Analisa Hubungan Teknologi Swalayan dan Layanan Personal terhadap Loyalitas: Studi Empiris pada Maskapai penerbangan Air Asia, *Jurnal Universitas Pelita Harapan Jakarta*, Vol 10 no. 1
- Smith, B. 1998. "Buyer-seller relationship: bonds, relationship management, and sex-type", *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Vol. 15 No. 1, pp. 76-92.
- SuQin, Li Zhao, and 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
- Suharyadi dan Purwanto, S.K. 2009. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba
- Sutaryono, Paul. 2013. *Laju Kredit Terjepit Badai Financial?*, Infobank, Edisi Juli 2013
- Tjiptono.2000. *Perspektif Manajemen Pemasaran Kontemporer*, Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset
- Walter, Achim, Thilo A. Mueller, Gabriele Helfert. 2012. The Impact of Satisfaction, Trust, and Relationship Value on Commitment: *Theoretical Considerations and Empirical Results*, University of Karlsruhe, IBU
- Wong, Amy and Amrik Sohal. 2002. "An Examination Of The Relationship Between Trust, Commitment and Relationship Quality", *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol.30. PP 34-50