

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK KREDIT MULTIGUNA TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT PADA PT. BPR HOKI CABANG DENPASAR

I Gusti Made Ary Bayu Suputra¹
Kastawan Mandala²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: arybayusuputra@rocketmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk kredit multiguna terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR Hoki Cabang Denpasar. Penelitian ini menggunakan riset kualitatif yaitu dengan menggunakan *survey* dan kuesioner terhadap 85 responden nasabah kredit multiguna PT. BPR Hoki Cabang Denpasar. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Ditemukan hasil bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Hoki Denpasar. Kedua, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Hoki Denpasar. Terakhir, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Hoki Denpasar.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of quality of service and product quality multipurpose loans to credit customer satisfaction at PT. BPR Hoki Region Denpasar. This study used a qualitative research using surveys and questionnaires to 85 respondents customers multipurpose loans PT. BPR Hoki Region Denpasar. The sampling technique uses accidental sampling. Data analysis techniques used in this research is multiple linear regression. It was found that the quality of service and quality of products simultaneously affect the customer satisfaction at PT. BPR Hoki Denpasar. Second, the quality of service and significant positive effect on customer satisfaction at PT BPR Hoki Denpasar. Finally, quality products and a significant positive effect on customer satisfaction at PT BPR Hockey Denpasar.

Keywords : *Quality Service, Quality Products, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Minat masyarakat dalam menggunakan jasa kredit bank sebagai sumber pembiayaan untuk membeli kendaraan pribadi dan produk investasi sangat tinggi dikarenakan untuk kelancaran transportasi dan untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak di masa depan. Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem

keuangan suatu negara (Hermansyah, 2009:7). Menurut Kasmir (2004:11), bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Penilaian masyarakat terhadap bank dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat tersebut menilai kualitas produk bank atau pelayanan yang diterima.

Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila dalam fungsinya mampu memberikan kemudahan dalam membuka rekening dari bank tersebut, persyaratan yang fleksibel dalam permohonan kredit, cepat dan tepat waktu dalam pelayanan, karyawan yang ramah dan sopan, kemampuan dan kompetensi karyawan dalam mengatasi keluhan dan masalah, perhatian karyawan terhadap nasabah serta fasilitas yang lengkap dan kinerja karyawan yang baik (Aga dan Safakli, 2007). Menurut Bedi (2010) memberikan layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Hidayat (2009) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan penilaian yang utama dari suatu layanan dalam perusahaan dan kepuasan nasabah yaitu respon dari penilaian suatu pelanggan. Penelitian tersebut didukung oleh Sumani (2008), Seguro (2008), Saidani dan Arifini (2012), Resihono (2011), dan Polyorat and Sophonsiri (2010). Hal yang perlu diperhatikan dalam bisnis perbankan selain menawarkan produk yang baik adalah perlunya perbaikan di sisi teknologi informasi, pelayanan fisik, pelayanan non fisik, dan beragam hal yang berbau pelayanan prima dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan (Ariyani, 2008). Secara sederhana kinerja keuangan sesungguhnya bersumber pada kesetiaan pelanggan. Kenyataan ini

menjadi tantangan tersendiri bagi dunia perbankan, yaitu bagaimana menciptakan keinginan pelanggan untuk menggunakan produk dan jasa perusahaan serta menjalin hubungan yang dekat dengan nasabahnya (Suhardi, 2006). Sebuah bank dapat membedakan dirinya dari pesaing dengan menyediakan layanan berkualitas tinggi. Kumar *et al.* (2010) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga didukung oleh Naeem dan Saif (2009), Jaman (2009) dan Parasuraman *et al.* (1988).

Salah satu lembaga keuangan yang berkembang saat ini adalah BPR. Bank Perkreditan Rakyat pada umumnya memiliki 3 jenis produk yaitu berupa tabungan, deposito, dan kredit. Kredit dibagi menjadi beberapa jenis, salah satunya adalah kredit berdasarkan tujuannya. Kredit tersebut dibagi menjadi kredit konsumtif (kredit untuk konsumsi pribadi), kredit produktif (kredit untuk peningkatan usaha atau produksi) dan kredit perdagangan (kredit untuk kegiatan perdagangan) (Kasmir, 2004:76). Kualitas produk bank adalah keseluruhan corak dan karakteristik barang yang dapat ditawarkan kepada para pelanggan dalam memenuhi keinginan ataupun kebutuhan para pelanggan. Menurut Hidayat (2009) dimensi kualitas produk terdiri dari *performance, feature, service ability, conformance, image*. Perusahaan yang menghasilkan produk yang berkualitas baik, tentu akan memperoleh kepercayaan dan citra baik pula dari para pelanggan (Suwarni, 2001). Penelitian tersebut didukung oleh Shaharudin *et al* (2001), Tsiotsou (2006), Suwarni dan Mayasari (2011), dan Markoni (2011).

Perkembangan BPR khususnya di Provinsi Bali sangat menggembirakan, sebagaimana data dari Perbarindo (Perhimpunan Bank Perkreditan Rakyat

Indonesia) saat ini terdapat 138 BPR di Provinsi Bali dan diprediksi akan terus bertambah. Kondisi ekonomi Bali yang begitu prospektif sangat mendukung untuk tumbuh dan berkembangnya BPR. PT BPR Hoki adalah salah satu bank swasta di Denpasar yang juga merupakan salah satu bank pelaksana pemberian kredit yang digunakan untuk keperluan konsumtif maupun peningkatan produksi

Mengetahui bahwa saat ini persaingan semakin ketat, BPR Hoki Denpasar juga memberikan suku bunga kredit yang kompetitif untuk meningkatkan daya saing dengan BPR lainnya. PT BPR Hoki juga kerap mengadakan pelatihan rutin dengan lembaga ternama lokal maupun nasional guna meningkatkan kualitas *human capital*. Pada BPR Hoki kredit yang paling banyak digunakan adalah kredit konsumtif. Kredit konsumtif yang dimaksud salah satunya adalah dari bagian Produk Kredit Multiguna Hoki. Permasalahan pada PT BPR Hoki Denpasar mulai terlihat pada tahun 2012 dan 2013 dimana mulai terlihat penurunan jumlah nasabah kredit. Perkembangan jumlah nasabah kredit PT BPR Hoki cabang Denpasar pada tahun 2011 sampai dengan 2013 tersaji dalam Tabel 1

Tabel 1 Perkembangan Jumlah Nasabah Kredit PT BPR Hoki Periode 2011-2013

No	Tahun	Jumlah Konsumen Kredit (Orang)	Perubahan (%)
1	2011	199	-
2	2012	193	(3,01)
3	2013	186	(7,25)

Sumber : PT BPR Hoki cabang Denpasar, 2014

Tabel 1 menyatakan penurunan nasabah kredit yang dimana disebabkan oleh banyak faktor. Menurut *survey* awal yang sudah dilakukan kepada nasabah, beberapa nasabah beralih menggunakan jasa BPR lain yang menawarkan produk

kredit dengan suku bunga yang lebih rendah dan mampu melayani konsumen dengan jaminan yang berada jauh dari kota Denpasar. Hal ini harus segera diantisipasi agar tidak mengarah pada hal yang lebih buruk. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh PT BPR Hoki Denpasar adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing produk kreditnya sehingga tercipta kepuasan nasabah. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk kredit terhadap kepuasan nasabah PT BPR Hoki cabang Denpasar maka diperlukan penelitian lebih lanjut.

Manullang (2008) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan melalui uji koefisien regresi diperoleh bahwa semua variabel independent yang terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Garuda Indonesia *Airlines* di Medan. Penelitian tersebut didukung pula oleh penelitian sebelumnya dengan sampel yang berbeda oleh Hardiyati (2010), Singh A. P dan Thakur Satendra (2012), Rizan dan Fajar Andika (2010) yang menyatakan bahwa dengan teknik analisis data dengan metode regresi linier berganda, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Hoki.

Hendarto Heri (2009) dalam penelitiannya dengan teknik analisis data dengan metode regresi linier berganda pada pelanggan ponsel Nokia di Surabaya menyatakan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh secara positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggannya. Pratiwi (2010), Abang Abdullah dan Francine Rozario (2009) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H2 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Hoki.

Saidani (2009) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa jika kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh sebuah perusahaan akan dapat membuat konsumen merasa puas. Hidayat (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk yang semakin baik akan membuat kepuasan yang dimiliki konsumen akan lebih baik dan akan membuat konsumen loyal terhadap produk tersebut. Tsiotsou (2006) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena perusahaan yang memperhatikan kualitas pelayanan dan kualitas produk akan membuat konsumen puas terhadap produk perusahaan tersebut.

H3 : Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Hoki.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT BPR Hoki Denpasar, karena terjadi penurunan nasabah selama 2 tahun terakhir dan untuk mengetahui apakah kualitas

pelayanan dan kualitas produk PT BPR Hoki memberikan pengaruh terhadap penurunan jumlah nasabahnya. Adapun subjek penelitian ini adalah nasabah kredit multiguna PT. BPR Hoki Cabang Denpasar. Objek dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan kredit dan produk kredit Multiguna terhadap kepuasan nasabah kredit PT. BPR Hoki Denpasar.

Data primer dalam penelitian ini didapat langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner dan wawancara langsung kepada nasabah BPR Hoki dan data sekunder yang digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran tambahan, gambaran pelengkap ataupun untuk diproses lebih lanjut antara lain buku-buku, referensi, artikel jurnal yang relevan yang menyangkut pada penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah kredit PT BPR Hoki Denpasar Teknik pengambilan sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* yang berbentuk *purposive sampling* dan *accidental sampling* sesuai dengan kriteria tertentu. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 85 orang dengan kriteria yaitu berumur minimal 20 tahun yang berdomisili di daerah Denpasar dengan pertimbangan dianggap memahami dan mampu menjawab kuesioner secara objektif.

Data penelitian ini dikumpulkan dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada responden. Skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala Likert 5 poin yang disebarkan secara langsung kepada responden. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk meneliti apakah

kuesioner yang sudah disebarkan tersebut akurat dan layak diteliti dan digunakan lebih lanjut.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Hipotesis pada penelitian ini diuji dengan menggunakan uji simultan (F-test) dan uji parsial (t-test) untuk mengetahui pengaruh antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Secara spesifik, karakteristik demografi konsumen dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2 Karakteristik Demografi Responden

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Pria	47	55,3
		Wanita	38	44,7
	Jumlah		85	100
2	Usia	20-31 Tahun	30	35,2
		32-41 Tahun	21	24,7
		>41 Tahun	34	40,1
	Jumlah		85	100
3	Tingkat Pendidikan	SMA	36	42,3
		Perguruan Tinggi	49	57,7
	Jumlah		85	100
4	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	7	8,2
		Wiraswasta	39	45,9
		PNS/Pegawai Swasta	26	30,6
		Lainnya	13	15,3
	Jumlah		85	100

Sumber: Data Primer, diolah pada Tahun 2014

Hasil uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor dan menggunakan nilai *Measures of Sampling Adequacy* (MSA). Ditemukan hasil bahwa seluruh nilai MSA dari indikator variabel yang diuji nilainya lebih besar dari 0,5. Hal tersebut menunjukkan bahwa model layak digunakan dalam analisis faktor.

Tabel 3 Nilai MSA

Variabel	Indikator	Nilai MSA
Kualitas Pelayanan	X1.1	0.898
	X1.2	0.816
	X1.3	0.889
	X1.4	0.907
	X1.5	0.861
	X1.6	0.849
	X1.7	0.860
	X1.8	0.855
	X1.9	0.919
	X1.10	0.931
Kualitas Produk	X2.1	0.854
	X2.2	0.720
	X2.3	0.835
	X2.4	0.729
Kepuasan Nasabah	Y1.1	0.675
	Y1.2	0.662

Sumber: Data diolah, 2014

Pada uji reliabilitas yang dilakukan terhadap setiap instrumen penelitian memperoleh hasil bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap instrumen penelitian ini menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian ini reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian. Secara lebih rinci, hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel 4.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.844	Reliabel
Kualitas Produk	0.828	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0.797	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2014

Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini memperoleh hasil temuan bahwa variabel – variabel penelitian telah memenuhi syarat normalitas setelah diuji dengan program *SPSS for Windows* dan memperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,857. Pada uji multikolinearitas terlihat hasil tidak terjadi

gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi tersebut karena nilai dari *tolerance* dan VIF masing-masing menunjukkan nilai *tolerance* yang dimiliki seluruh variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang dihasilkan kurang dari 10 dan ditunjukkan dengan tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas (*Tolerance* dan *VIF*)

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.232	4.319
	Kualitas Produk	.232	4.319

Sumber: Data diolah, 2014

Hasil uji heteroskedastisitas didapatkan hasil bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas model regresi dalam penelitian ini karena seluruh nilai signifikansi yang diperoleh dari pengujian dengan metode *Glejser* diperoleh nilai α lebih dari 0,05 terhadap absolut residual (Abs_Res) secara parsial, sehingga layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen sesuai dengan yang ditunjukkan pada tabel 6.

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedasitas (Metode *Glejser*)

Variabel	T	Signifikansi
Kualitas Pelayanan	1.640	.105
Kualitas Produk	-1.002	.319

Sumber: Data diolah, 2014

Hasil analisis ini mengacu pada hasil pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT BPR Hoki Cabang Denpasar. Uji regresi linear berganda yang dilakukan dengan program *SPSS for Windows* diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,273 + 0,619(X_1) + 0,333(X_2)$$

$$SE = 0,166 \quad 0,155$$

$$t_{hitung} = 3,728 \quad 2,153$$

$$Sig. = 0,000 \quad 0,034$$

$$R^2 = 0,632$$

$$F_{hitung} = 70,415 \quad Sig. = 0,000$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Kualitas Produk

Hasil persamaan regresi linear berganda menunjukkan arah masing-masing variabel bebas penelitian ini terhadap variabel terikatnya. Nilai R² sebesar 0,632 menunjukkan bahwa 63,2 persen kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan nasabah PT BPR Hoki Cabang Denpasar, sedangkan sisanya sebesar 36,8 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Nilai signifikansi F adalah 0,000 yang kurang dari 0,05 maka H₀ ditolak. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Hoki. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saidani (2012), Hidayat (2009), dan Tsiotsou (2006) yang sama-sama menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 7 Hasil Uji t

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients Beta</i>	t hitung	Sig.
Kualitas Pelayanan	.619	3.728	.000
Kualitas Produk	.333	2.153	.034

Sumber: Data diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai uji t sebesar 3,728, nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 < 0,05 maka H₀ ditolak, ini berarti kualitas

pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Hoki Denpasar. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dinyatakan bahwa hasil tersebut mendukung hipotesis pertama yaitu “Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Hoki Denpasar”. Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Ida Manullang (2008), Hardiyati (2010), Singh A. P dan Thakur Satendra (2012), serta Rizan dan Fajar Andika (2010) yang sama-sama menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai uji t sebesar 2,153, nilai signifikansi uji t sebesar $0,034 < 0,05$ maka H_0 ditolak, ini berarti bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Hoki Denpasar. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dinyatakan bahwa hasil tersebut mendukung hipotesis kedua yaitu “Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Hoki Denpasar”. Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Hendarto Heri (2009), Anita Pratiwi (2010), serta Abang Abdullah dan Francine Rozario (2009) yang sama-sama menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Implikasi yang dapat ditarik berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adalah pertama, manajemen bank agar tetap memberikan pelatihan dan nasihat kepada karyawan agar dapat menjaga kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan nasabah dan tidak membedakan status social dari nasabah yang berkunjung ke PT BPR Hoki Denpasar.

Kedua, manajemen bank agar tetap mempertahankan fungsi dari produk kredit PT BPR Hoki agar kebutuhan nasabah tetap dapat dipenuhi serta nasabah akan membuat nasabah akan selalu mencari produk kredit di PT BPR Hoki Denpasar.

Hasil penelitian ini tidak sepenuhnya sempurna, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, ruang lingkup penelitian ini terbatas hanya di lingkungan Bank Perkreditan Rakyat Hoki Denpasar, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan terhadap Bank Perkreditan Rakyat lain yang berada di sekitar lokasi penelitian (PT BPR Hoki Denpasar).

Kedua, responden penelitian ini hanya berlaku pada nasabah PT BPR Hoki Cabang Denpasar. Hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan ke nasabah Bank Perkreditan Rakyat lain di sekitar lokasi penelitian (PT BPR Hoki Denpasar).

SIMPULAN DAN SARAN

Terdapat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini. Pertama, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Hoki Denpasar. Kesimpulan kedua, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Hoki Denpasar. Kesimpulan ketiga, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Hoki Denpasar.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Saran bagi pihak manajemen PT BPR Hoki Denpasar

agar selalu memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawannya agar karyawannya dapat lebih percaya diri dalam meyakinkan nasabah untuk memakai produk kredit yang dimiliki oleh PT BPR Hoki.

Saran kedua bagi pihak manajemen PT BPR Hoki agar lebih fleksibel dalam proses permohonan kredit agar produk kredit yang ditawarkan PT BPR Hoki dapat menarik banyak nasabah serta manajemen PT BPR Hoki harus tetap memberikan pelatihan secara berkala dan monitoring kepada karyawan untuk tetap menjaga kepuasan nasabah dalam hal pelayanan yang tepat dan sesuai keinginan nasabah.

Saran bagi peneliti selanjutnya, yaitu agar mencari lokasi lain karena hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan ke Bank Perkreditan Rakyat (BPR) lain yang berada di sekitar lokasi penelitian (PT BPR Hoki Denpasar). Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan bisa mencari atau menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah agar penelitian ini bisa disempurnakan lagi.

REFERENSI

- Abang Abdullah and Francine Rozario. 2009. Influence of Service and Product Quality towards Customer Satisfaction: A Case Study at the Staff Cafeteria in the Hotel Industry, *International Journal of Social, Management, Economics and Business Engineering*, 3(5), hal: 38-39.
- Aga, Mehmet and Safakli, Okan Veli. 2007. An Emperical Investigation Of Service Quality And Customer Satisfaction In Professional Accounting Firm: Evidence, North Cyprus. *Journal Probem and Management*. 5(3), hal: 84-98.
- Ariyani, F. 2008. Membangun Loyalitas Nasabah Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk (Studi Empiris Pada PT. Bank

- Bukopin Tbk di Kota Semarang), *Tesis*, Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Bedi, M. 2010. An Integrated Framework for Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Responses in Indian Banking Industry-a Comparison of Public and Private, *Journal of Services Research*, 10(1), hal: 157-172.
- Hardiyati, Ratih. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun The Pagilaran. *Skripsi*. Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Hendarto, Heri. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Ponsel Nokia di WTC Surabaya. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Jawa Timur.
- Hermansyah. 2009. *Revisi Hukum Perbankan Undonesia*. Jakarta: Kencana.
- Hidayat, Rachmat. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), hal: 59-72.
- Jaman Adi Putra, I Wayan. 2009. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja kereliasan nasabah, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, No 2, hal: 151-160.
- Kasmir. 2002. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kumar, S. A., Mani, B. T., Mahalingam, S., dan Vanjikovan, M. (2010). Influence of Service Quality on Attitudinal Loyalty in Private Retail Banking: an Empirical Study, *IUP Journal of Management Research*, 9(4), hal: 21-38.
- Manullang, Ida. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Palayanan Jasa Penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. *Tesis*. Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sumatra Utara Medan.
- Markoni. 2011. Pengaruh Dimnsi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, Edisi Ke-VI, hal: 59-70.
- Naeem,. Hummayoun, Asma Akram dan M. Iqbal Saif. 2009. Service Quality And Its Impact On Customer Satisfaction: An Empirical Evidence From The Pakistan Banking Sector *International Business & Economics Research Journal*, 8(12) , hal: 97-113.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L. 1988. SERQUAL: Multiple-item scale for Measuring consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, hal: 12-40.
- Polyorat, Kawpong and Sophonsiri, Suvenus. 2010. The Influence of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction and Customer loyalty in the Chain Restaurant Context: a Thai Case. *Journal of Global Business and Technology*, 6(2), hal: 64-76.
- Pratiwi, Anita. 2010. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pemakaian Jilbab Paris Mahasiswa IPS UIN Malang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang.
- Resihono, Legowo Dwi. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Hotel Kusuma Kartika Sari. *Jurnal Politeknosains*, 10(1), hal: 36-56.
- Rizan, Mohamad dan Fajar Andika. 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki Dealer Fatmawati Jakarta Selatan. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1): hal: 130-150.
- Saidani, Basrah Dan Arifin, Samsul. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1), hal: 1-22.
- Seguro, Waseso. 2008. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Penyedia Jasa Telepon Seluler Di Jawa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 13(3), hal: 178-188.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., Hassan, A. A., Omar, M. W., Harun, E. H. 2011. The Relationship Between Product Quality and Purchase Intention: The Case of Malaysia's National Motorcycle/Scooter Manufacturer, *Journal of Business Management*, 5(20), hal: 8163-8176.
- Singh A. P And Thakur Satendra. 2012. Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty: In The Context Of Retail Outlets In DB City Shopping, *International Journal Of Management Research*, 2(2), hal: 334-344.
- Suhardi, G. 2006. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Surabaya, *Jurnal Kinerja*, 10(1), hal. 50-56.

- Sumani. 2008. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar IM3: Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen di Mojokerto. *Jurnal Eksekutif*, 5(1), hal: 26-37.
- Suwarni dan Septina Dwi. 2001. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(1), hal: 76-84.
- Tsiotsou, Rodoula. 2006. The Role of Perceived Product Quality and Overall Satisfaction on Purchase Intentions. *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), hal: 207-217.