

## **PENGARUH PRODUK, TARIF JASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT KOTA KEDIRI**

[susetyobudi70@gmail.com](mailto:susetyobudi70@gmail.com)

Universitas Pawayatan Daha Kediri

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara keseluruhan, variabel produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BPR Kota Kediri.

Metode penelitian ini yaitu deskriptif, dimana penelitian deskriptif adalah penelitian yang sifatnya memberi gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat variabel yang diselidiki (Nazir,1999:65) dengan membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada BPR Kota Kediri.

Hasil penelitian ini menggambarkan masyarakat kita masih berpatokan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pihak perbankan seperti : kemampuan dan keterampilan karyawan (X.3.1), ketanggapan dan kecepatan karyawan dalam pemberian informasi dan administrasi (X.3.2), sikap karyawan yang ramah dan sopan (X.3.3)

**Kata Kunci: Tarif Jasa, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah**

### **Abstract**

*The purpose of this study was to determine as a whole, product variables, service rates and service quality proved to have an effect on customer satisfaction at BPR Kota Kediri.*

*This research method is descriptive, where descriptive research is research that gives a description systematically, factually and accurately about the facts, the properties of the variables investigated (Nazir, 1999: 65) by discussing the factors that influence customer satisfaction at BPR Kota Kediri.*

*The results of this study illustrate that our society is still based on the quality of services provided by banks such as: the ability and skills of employees (X.3.1), responsiveness and speed of employees in providing information and administration (X.3.2), friendly and polite employee attitudes (X.3.3).*

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

### **Pendahuluan**

Perkembangan dunia usaha saat ini cukup pesat dengan membaiknya sektor ekonomi Indonesia, banyak tumbuhnya usaha-usaha baru disektor industri maupun jasa. Pertumbuhan ini juga diiringi dengan pertumbuhan jasa disektor perbankan. Perkembangan sektor jasa ini juga mengakibatkan berkembangnya disektor lainnya, bahkan meningkatnya disektor ini membuat meningkatnya kebutuhan akan tenaga manusia.

Kurang lebih sudah satu dasawarsa fenomena berkembangnya perbankan di Indonesia sangat pesat. Perkembangannya pun dirasakan di berbagai kota-kota besar di Indonesia. Bahkan kini ada beberapa bank asing yang beroperasi di Indonesia

membuka kantor layanan sebagai strategi bersaing dalam pasar terbuka. Keberadaan bank-bank, baik yang beroperasi secara *stand-alone* maupun sebagai unit-unit operasional dari bank-bank konvensional, merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Masyarakat dapat memilih dan menentukan apakah akan menggunakan jasa perbankan.

Salah satu lembaga yang bergerak diperbankan adalah BPR Kota Kediri, Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Kota Kediri disingkat juga dengan PD. BPR KOTA KEDIRI didirikan pada tanggal 17 Juli 2003. PD. BPR Kota Kediri merupakan lembaga keuangan tidak semata sebagai profit making/profit oriented melainkan memiliki tujuan membantu Pemerintah daerah dalam mengikis keberadaan rentenir dan yang akhirnya bermuara yaitu dapat meningkatkan sumber PAD/kontribusi daerah. Oleh karena BPR dalam menyalurkan kredit dengan suku bunga yang terjangkau bagi masyarakat, sehingga keberadaannya dapat berperan sebagai intermediasi masyarakat yang berkelebihan dana dan masyarakat yang membutuhkan dana, khususnya masyarakat golongan menengah ke bawah, sehingga mampu mendorong perkembangan perekonomian di daerah.

Perkembangan BPR Kota Kediri sejak tahun 2017 sampai dengan tahun 2020 telah mengalami kemajuan, dengan pertumbuhan nasabah seperti dijelaskan dalam tabel 1.1. berikut ini :

Tabel 1.1  
 Perkembangan Customer / Nasabah per Desember 2017 sampai dengan Juni 2020  
 terus meningkat, berdasarkan produk :

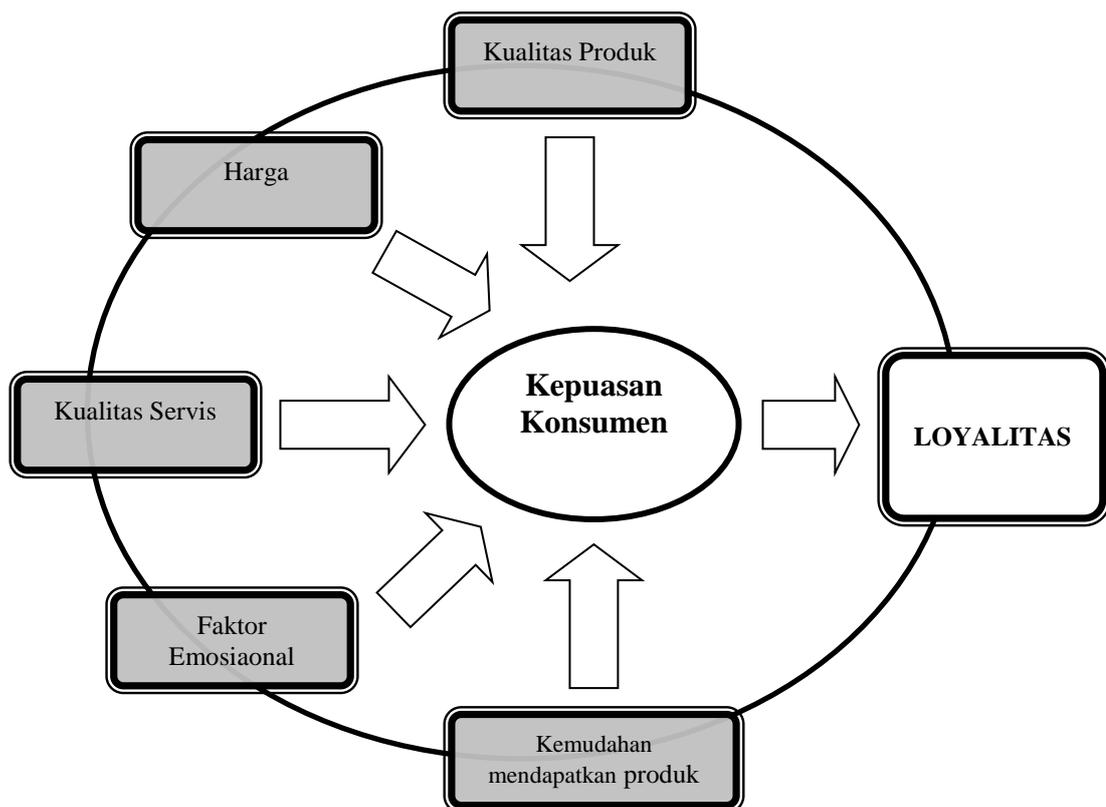
<b>Produk</b>	<b>Des' 2017</b>	<b>Des' 2018</b>	<b>Des' 2019</b>	<b>Des' 2020</b>
Tabungan	750 orang	3.445 orang	8.185 orang	9.516 orang
Deposito	62 orang	93 orang	195 orang	238 orang
Kredit	400 orang	1.929 orang	1.663 orang	1.984 orang
<b>Jumlah</b>	<b>1.212 orang</b>	<b>5.467 orang</b>	<b>10.043 orang</b>	<b>11.738 orang</b>
<b>Produk</b>	<b>Des' 2017</b>	<b>Juni' 2018</b>	<b>Des' 2019</b>	<b>Des' 2020</b>
Tabungan	12.345 orang	12.850 orang		
Deposito	348 orang	375 orang		
Kredit	2.250 orang	2.475 orang		
<b>Jumlah</b>	<b>14.943 orang</b>	<b>15.700 orang</b>		

Sumber : data diolah oleh peneliti

Pada masa kini konsumen menjadi hal utama dan pusat perhatian dari pemasaran sebuah perusahaan. Kesuksesan akan datang pada perusahaan yang selalu mengutamakan konsumennya. Berorientasi kepada konsumen berarti setiap keputusan dan tindakan perusahaan harus diarahkan pada terciptanya kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*). Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.

Selama kurang lebih dua dasawarsa ini, *Driver* (faktor pendorong) yang menyebabkan kepuasan pelanggan ini banyak dibahas. Menurut Handi Irawan D., MBA. Mcom yang merupakan penggagas dari ICSA (*Indonesian Customer*

*Satisfaction Award*) ada lima driver utama kepuasan pelanggan. *Driver* pertama adalah Kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, apabila kualitasnya baik. *Driver* yang kedua adalah harga. Untuk perusahaan jasa seperti perbankan, hal yang terpenting bagi pelanggan atau nasabahnya adalah *value for money* yang tinggi untuk mereka. *Driver* yang ketiga yaitu *service quality*. Konsep *service quality* yang populer adalah ServQual, yang meliputi lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*. *Driver* yang keempat adalah emotional factor. Yang berusaha untuk mengedepankan emotional value yang diberikan oleh brand produk atau jasa. *Driver* kelima adalah berhubungan dengan biaya dan kemudahan untuk mendapat produk atau jasa tersebut. Secara garis besar di perlihatkan oleh skema berikut.



Gambar 1-1 Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Konsumen  
Sumber : Handi Irawan D., MBA.Mcom, 2003

Banyak hal yang dipersiapkan oleh bank-bank menjadikan mereka menjadi pilihan yang akhirnya dipercaya oleh para nasabahnya. Semakin banyak alternatif yang ada, semakin besar pula tuntutan nasabah terhadap pemberian pelayanan yang bermutu tinggi dengan pendekatan yang baik dan benar. Nasabah akan lebih suka berhubungan dengan bank yang memberikan nilai-nilai yang selama ini mereka harapkan. Dengan kata lain yang mereka harapkan sesuai dengan yang mereka dapatkan, sehingga terciptalah kepuasan nasabah sebagai konsumen (*Customer satisfaction*).

### **Kepuasan Nasabah**

Dewasa ini banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan dari perusahaannya adalah untuk memuaskan konsumen. Hal ini terjadi karena makin

banyak perusahaan yang menyadari, tidak terkecuali perbankan bahwa pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Namun demikian, tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan nasabah secara menyeluruh. Nasabah yang dihadapi saat ini berbeda dengan nasabah pada beberapa dasawarsa lalu. Kini nasabah semakin terdidik dan menyadari hak-haknya. Sehingga harapan akan kepuasan dari produk & jasa yang dikonsumsi semakin tinggi. Beberapa pakar pemasaran berpendapat bahwa tidak realistis bila perusahaan mengharapkan tidak ada nasabah yang tidak puas.

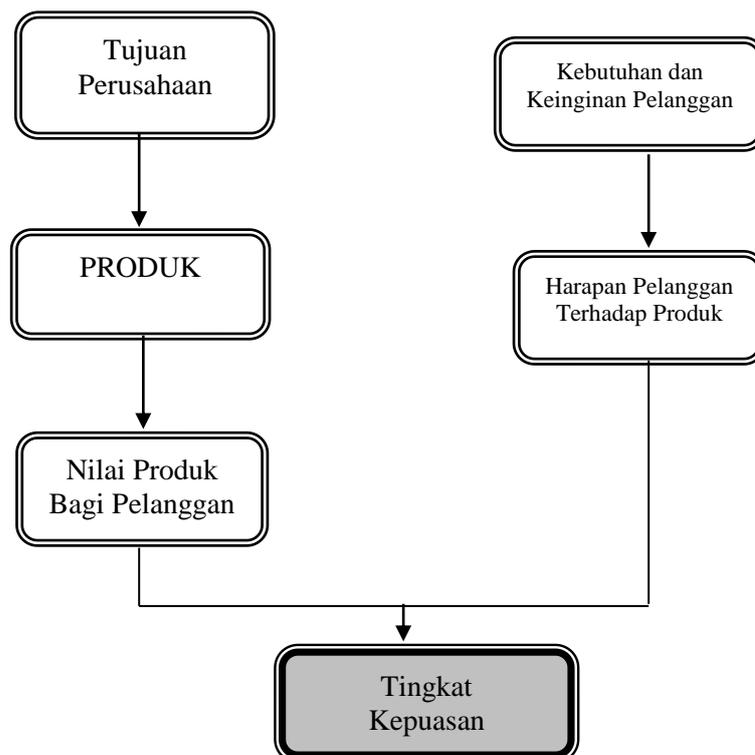
### **Pengertian Kepuasan Nasabah**

Beberapa pakar pemasaran memberikan definisi mengenai kepuasan, seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2001:9) : *"Customer satisfaction is the extent to which a product's perceived performance matches a buyer's expectation. If the product's performance fall short of expectation, the buyer's is dissatisfied. If performance matches or exceed expectation, the buyer's is satisfied or delighted"*

Hal senada dikemukakan oleh Lovelock, tentang definisi kepuasan (Christopher Lovelock, 2001:120) : *"Satisfaction can be defined as an attitude-like judgment following a purchase act or a series of customer-product interactions"*.

### **Konsep Kepuasan Nasabah**

Pengertian tersebut juga dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu. Konsep tersebut terlihat digambarkan seperti berikut :



Gambar Konsep Kepuasan Pelanggan  
Sumber : "Strategi Pemasaran" (Tjiptono, 1997: 35).

### **Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan (nasabah) menjadi hal yang sangat penting bagi setiap Bank atau perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan nasabah.

Menurut Kotler, terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan (Kotler, 2003 : 64), yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran
2. Survei Kepuasan Pelanggan
3. *Ghost Shopping*
4. *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik, perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

### **Strategi Kepuasan Nasabah**

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah. Tetapi hal itu, bukanlah suatu alasan untuk tidak melakukan usaha peningkatan kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Satu hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan strategi kepuasan pelanggan adalah bahwa kepuasan pelanggan merupakan strategi panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia (Schnaar dalam Fandy Tjiptono, 1997:40).

Menurut Tjiptono (1997:161), ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu :

1. *Relationship Marketing*
2. *Strategi Superior Customer Service*
3. *Strategi Unconditional Guarantee*
4. Strategi penanganan keluhan yang efektif

Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang

### **Definisi Bank**

Definisi bank menurut A.Abdurrachman dalam “Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan” yang dikutip oleh Thomas Suyatno, dkk di dalam buku mereka adalah “Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melukiskan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, dan membiayai usaha-usaha perusahaan. (Suyatno, dkk., 1993: 1)

Sedangkan pengertian umum bank dalam dunia usaha menurut “*Encyclopedic Dictionary of Business Finance*” dari Prentice Hall diartikan sebagai “*Bank is a business establishment authorized by state law to discount and deal in negotiable instruments, to lend money, to receive deposits, and to buy and sell foreign exchange.*” “Bank adalah suatu usaha yang didirikan dengan izin/ pengesahan menurut Undang-Undang, untuk usaha memperoleh komisi, dan mengadakan ikatan/ perjanjian tertentu dalam pemberian pinjaman, penerimaan tabungan, membeli dan menjual valuta asing.”

### **Pengertian Produk**

Kotler (2000:394), mendefinisikan produk sebagai berikut : “*A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need.*” (Sebuah produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan). Produk-produk yang dipasarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan gagasan.

Sedangkan menurut Stanton (Stanton & Futrell, 1994 : 125) : “*A product is a set of tangible and intangible attributes including packaging, colour, price, manufacturer’s prestige, retailer’s prestige, and manufacturer’s* (produk adalah sekumpulan atribut berwujud dan tidak berwujud termasuk kemasan, warna, harga, prestise pabrik, prestise pengecer dan produsen dan pengecer jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen)

### **Tarif Jasa Perbankan**

Harga dapat diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, bunga, komisi, upah, gaji, dll. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. (Tjiptono, 1997 : 151)

Dalam penelitian ini akan digunakan istilah tarif jasa untuk mengidentifikasi nilai harga dan biaya-biaya yang terdapat pada BPR Kota Kediri. Penentuan tarif jasa bank berdasarkan prinsip perbankan. Penentuan biaya dan harga yang berlaku pada BPR Kota Kediri harus sesuai dengan aturan pemerintah, begitu pula sumber penentuan tarif jasa atau pelaksanaan kegiatan berdasarkan prinsip perbankan. Dalam penentuan tarif jasa atau mencari keuntungan bank tidak terlepas produk yang ditawarkan serta prinsip operasional yang berlaku.

### **Pengertian Umum Pelayanan**

Jasa oleh Kotler (2000 : 428), didefinisikan sebagai “*A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product*” (Sebuah jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang salah satu pihak dapat menawarkan lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksinya mungkin atau mungkin tidak terkait dengan produk phisycal)

Sedangkan menurut Christopher Lovelock (2001:3), “*Service are economic activities that create value and provide benefit for customer at specific times and place as result of bringing about a desire change in or on behalf of the recipient of the service*” (Layanan adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu yang membawa perubahan dalam layanan)

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif, dimana penelitian deskriptif adalah penelitian yang sifatnya memberi gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat variabel yang diselidiki (Nazir,1999:65) dengan membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada BPR Kota Kediri.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel bebas (X.1, X.2, dan X.3) serta satu variabel terikat (Y) yang dikategorikan sebagai berikut :  
Variabel Terikat/Dependent (Y) :

Y = Kepuasan Nasabah

Variabel bebas/Independent (X) :

X.1 = Produk

X.2 = Tarif Jasa

X.3 = Kualitas Pelayanan

### **Populasi**

Sugiyono (2009:115), mengatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah jumlah keseluruhan nasabah BPR Kota Kediri sebanyak 15.700 nasabah (per tahun 2020).

### **Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2009:116). Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang bisa mewakili populasi dalam jumlah tertentu.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti, sehingga sampel yang diambil harus benar-benar mewakili dari populasi. Dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 15.700 nasabah, dipandang peneliti terlalu besar dengan pertimbangan waktu, tenaga, dana. Sebab dalam penarikan sampel dapat menggunakan beberapa cara seperti yang dikemukakan Arikunto (2006:134) bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, tetapi jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10 – 15 % atau 20 – 25 % atau lebih. Jadi sesuai pendapat diatas maka dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebesar 100 nasabah dengan menggunakan metode *incidentil sampling*.

### **Jenis Data dan Sumber Data**

Untuk menyusun suatu karya ilmiah diperlukan data, baik berupa data primer maupun data sekunder, yaitu akan dijelaskan sebagai berikut :

#### **Data Primer**

Adalah data yang diperoleh secara langsung yang berasal dari sumbernya, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari BPR Kota Kediri dan para nasabah yang merasakan pelayanan BPR Kota Kediri.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode antara lain :

Kuesioner

Studi Kepustakaan

#### **Uji Validitas Dan Reliabilitas**

Dalam menganalisa data penelitian ini digunakan metode deskriptif untuk menjawab perumusan masalah mengenai seberapa besar pengaruh faktor produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen BPR Kota Kediri dan faktor mana yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel-variabel tersebut. Karena itu untuk memperoleh data seakurat mungkin dari subyek penelitian sehingga data-data tersebut dapat dipertanggung jawabkan sangat perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

### Uji Validitas

Validitas menurut Burhan Nurgiyantoro, dkk (2002:316), menyatakan bahwa berkaitan dengan permasalahan “Apakah instrumen yang dimaksudkan untuk mengukur sesuatu itu memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang akan diukur tersebut”. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap item dengan score untuk setiap variabelnya dengan menggunakan *Pearson Product Moment* melalui program SPSS. 12 for Windows. Hasil pengujian dikatakan valid atau sah apabila memberikan nilai diatas angka kritik atau probabilitas 0.05 (5%).

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas (kepercayaan) menunjuk pada pengertian apakah sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Syarat kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsisten, keajegan atau tidak berubah-ubah. Untuk menentukan tingkat reliabilitas dalam penelitian ini digunakan formula Cronbach Alpha, hasil pengujian dikatakan reliabel atau handal jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

### Pengujian Analisis

Analisa yang digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik masing-masing variabel dalam penelitian ini menggunakan Analisa Regresi linier Berganda. Uji analisa regresi linier berganda digunakan untuk mengukur variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Dengan menggunakan metode persamaan normal, maka rumus yang dipakai adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

#### Keterangan :

- Y = Kepuasan konsumen
- X1 = Produk
- X2 = Tarif Jasa
- X3 = Kualitas Pelayanan
- $B_1 - \beta_3$  = Koefisien Regresi
- $\beta_0$  = Kontanta
- ei = Kesalahan prediksi (Error), Variabel pengganggu

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Jumlah Customer / Nasabah :

Perkembangan Customer / Nasabah per Desember 2017 sampai dengan Juni 2020 terus meningkat, berdasarkan produk :

Tabel 4.1 Perkembangan Nasabah PR. BPR Kota Kediri

Produk	Des' 2017	Des' 2018	Des' 2019	Des 2020
Tabungan	750 orang	3.445 orang	8.185 orang	9.516 orang
Deposito	62 orang	93 orang	195 orang	238 orang
Kredit	400 orang	1.929 orang	1.663 orang	1.984 orang
<b>Jumlah</b>	<b>1.212 orang</b>	<b>5.467 orang</b>	<b>10.043 orang</b>	<b>11.738 orang</b>

<b>Produk</b>	<b>Des' 2017</b>	<b>Juni' 2018</b>	<b>Des' 2019</b>	<b>Des' 2020</b>
Tabungan	12.345 orang	12.850 orang	13.493 orang	14.168 orang
Deposito	348 orang	375 orang	393 orang	412 orang
Kredit	2.250 orang	2.475 orang	2.598 orang	2.727 orang
<b>Jumlah</b>	<b>14.943 orang</b>	<b>15.700 orang</b>	<b>16.484 orang</b>	<b>17.507 orang</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti

### **Penghimpunan Dana :**

Jumlah perkembangan Penghimpunan dana per Desember 2003 sampai dengan Juni 2008 berdasarkan produk meliputi :

Tabel 4.2. Penghimpunan Dana Nasabah PR. BPR Kota Kediri

<b>Produk</b>	<b>Des' 2017</b>	<b>Des' 2018</b>	<b>Des' 2019</b>	<b>Des 2020</b>
Tab. Simpel	61.068.909	201.336.525	550.612.711	702.060.025
Tab. Hamas	276.925.353	1.570.932.659	1.912.153.289	3.535.349.975
Deposito	8.675.000.000	10.270.610.000	17.344.698.000	24.959.648.000
<b>Jumlah</b>	<b>8.987.994.262</b>	<b>12.042.879.184</b>	<b>19.807.464.000</b>	<b>29.197.058.000</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti

<b>Produk</b>	<b>Des' 2017</b>	<b>Juni 2018</b>	<b>Des' 2019</b>	<b>Des 2020</b>
Tab. Simpel	951.684.000	1.250.750.000	1.313.287.000	1.378.951.000
Tab. Hamas	6.250.500.000	4.947.173.000	741.531.000	778.607.000
Deposito	24.406.560.000	24.615.360.000	25.846.128.000	26.138.434.000
<b>Jumlah</b>	<b>31.608.744.000</b>	<b>30.813.283.000</b>	<b>27.900.946.000</b>	<b>28.295.992.000</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti

### **Penyaluran Dana / Kredit :**

Jumlah Penyaluran dana dalam bentuk kredit per Desember 2003 sampai dengan Juni 2008 berdasarkan produk meliputi:

Tabel 4.3. Penyaluran Dana Nasabah PR. BPR Kota Kediri

<b>Produk</b>	<b>Des' 2017</b>	<b>Des' 2018</b>	<b>Des' 2019</b>	<b>Des 2020</b>
Kredit Pasar	45.847.686	413.845.032	2.245.167.557	3.262.021.937
Kredit Umum	1.161.849.600	3.617.549.652	5.995.227.558	11.225.609.401
Kredit Program	2.130.220.359	5.203.272.899	6.770.243.371	5.357.515.211
<b>Jumlah</b>	<b>3.337.917.645</b>	<b>9.234.667.583</b>	<b>15.010.638.724</b>	<b>19.845.146.549</b>

<b>Produk</b>	<b>Des' 2017</b>	<b>Juni 2018</b>	<b>Des' 2019</b>	<b>Des' 2020</b>
Kredit Pasar	3.850.750.250	7.626.677.749	8.008.010.000	8.408.410.000

Kredit Umum	13.212.750.500	13.867.891.449	14.561.285.000	15.289.349.000
Kredit program	4.504.120.250	5.814.097.269	6.104.801.000	6.410.041.000
<b>Jumlah</b>	<b>21.567.621.000</b>	<b>27.308.666.467</b>	<b>28.674.096.000</b>	<b>30.107.800.000</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti

Tabel 4.4. Perkembangan Asset, Laba & Setoran PAD  
 per Desember 2017 sampai dengan Juni 2020

**Periode Tahun 2018 s/d Tahun 2020 :**

<b>Nama</b>	<b>Des' 2018</b>	<b>Des' 2019</b>	<b>Des' 2020</b>
Jumlah Asset	9.756.417.092	14.353.988.000	22.631.992.000
Modal disetor	500.000.000	1.000.000.000	2.500.000.000
Laba sbelm pajak	94.631.123	498.884.000	605.292.000
Setor PAD	40.200.447	146.687.600	220.601.854

**Periode Tahun 20018 s/d Tahun 2020 :**

<b>Nama</b>	<b>Des' 2018</b>	<b>Des' 2019</b>	<b>Juni 2020</b>
<b>Jumlah Asset</b>	33.653.840.562	37.369.653.000	35.137.205.614
<b>Modal Penyertaan</b>	3.000.000.000	3.750.000.000	3.750.000.000
<b>Laba sbelm pajak</b>	874.083.637	897.113.000	428.248.000
<b>Setor PAD</b>	314.679.500	322.739.550	338.876.528

Sumber : data diolah oleh peneliti

**Susunan Pengurus**

Susunan Pengurus sampai akhir tahun 2020 terdiri dari :

- Direksi : 2 orang
- Badan Pengawas : 3 orang
- Personalia : Pegawai Tetap sebanyak 55 orang
- Pegawai Kontrak sebanyak 10 orang
- Pegawai Percobaan sebanyak 6 orang

**Karakteristik Responden**

Dalam upaya mendapatkan data untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah pada BPR Kota Kediri maka telah dilakukan penyebaran kuisisioner kepada nasabah sebanyak 100 responden.

Dari hasilnya dapat diketahui karakteristik para konsumen agar dapat menggambarkan segmentasi dari para konsumen. Informasi ini dapat menjadi masukan bagi BPR Kota Kediri dalam memperkirakan kebutuhan dan harapan yang sesuai dengan karakteristik respondennya, karena setiap karakteristik responden secara umum memiliki kekhasan serta tuntutan atau kebutuhan tersendiri.

Tabel 4.5 Pengelompokkan Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Pria	58	58%

Wanita	42	42%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti

Dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa mayoritas nasabah BPR Kota Kediri ialah pria, hal ini terjadi karena cenderung yang menyempatkan untuk berkunjung dan melakukan aktivitas perbankan disana adalah pria. Sedangkan para wanita lebih cenderung melakukan kegiatan yang sifatnya konsumtif. Walaupun dapat dibidang perbedaan tidak terlalu signifikan.

Tabel 4.6 Pengelompokan Nasabah Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 18 tahun	2	2%
18 - 21 tahun	17	17%
22 - 25 tahun	33	33%
> 25 tahun	48	48%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti

Sebagian besar responden memiliki usia diatas 25 tahun, nilai yang ditunjukkan hampir mencapai setengah dari total responden. Pada usia sekitar itulah biasanya seseorang sudah mulai berpikir secara matang dan panjang bagaimana mengelola keuangan yang mereka miliki.

Berdasarkan pengalaman dan wawasan mereka akan perbankan menjadikan faktor penguatan tersendiri. Hal tersebut juga diperkuat dengan hasil pengelompokan nasabah pada tabel-tabel berikut, dimana sebagian besar responden adalah pegawai swasta.

Tabel 4.7 Pengelompokan Nasabah Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/ mahasiswa	24	24 %
Pegawai Swasta	42	42 %
Pegawai Negeri	6	6 %
Wiraswasta	16	16 %
Lainnya	12	12 %
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti

Jika dilihat dari tabel diatas, jumlah responden lebih dari seratus. Hal ini dikarenakan responden ada yang mengisi pilihan jawaban lebih dari satu. Kebanyakan dari mereka yang mengisi lebih dari satu adalah responden yang sudah bekerja. Terlihat bahwa pekerjaan nasabah mayoritas adalah pegawai yang kemudian diikuti oleh lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden secara langsung, kebanyakan dari mereka menjadi nasabah dikarenakan membutuhkan dana dengan

cara menggadaikan barang kepada BPR Kota Kediri. Tetapi hal tersebut tidak menjadi satu-satunya alasan.

Tabel 4.8 Pengelompokkan Nasabah Berdasarkan Pendapatan /Bulan

<b>Pendapatan/bulan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
< Rp 500.000	25	25%
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	12	12%
Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000	13	13%
Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000	34	34%
Rp 2.000.000– Rp 4.000.000	12	12%
> Rp 4.000.000	4	4%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti

Sebagian besar pendapatan responden yang menjadi nasabah BPR Kota Kediri berkisar antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000. hal ini diperkuat dengan nasabah BPR Kota Kediri yang mayoritas adalah mahasiswa. Bukan hal yang kebetulan sebagian responden adalah mahasiswa, karena pengambilan sampel dilakukan dengan *simple random sampling*.

Hal yang mungkin terjadi kenapa sebagian responden menjawab pilihan tersebut adalah sebagian responden agak enggan mengungkapkan sebenarnya untuk pendapatan perbulan yang mereka dapat. Karena hanya sebesar 4% dari total responden yang memiliki penghasilan lebih dari Rp 4.000.000 perbulan.

Tabel 4.9 Pengelompokkan Nasabah Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

<b>Lamanya Menjadi Nasabah</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
< 1 tahun	43	43%
1-2 tahun	20	20%
2-3 tahun	25	25%
3-4 tahun	2	2%
>4 tahun	10	10%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti

Sebagian besar responden adalah nasabah yang baru, karena mereka baru sekitar kurang dari satu tahun (43%) menjadi nasabah BPR Kota Kediri. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan BPR Kota Kediri mengalami kemajuan satu terakhir ini.

Geliat perkembangan perbankan di negeri ini, tidak menjadikan BPR Kota Kediri untuk tidak turut andil. Dalam dua tahun terakhir ini BPR Kota Kediri berupaya untuk memperkenalkan dan memperluas pemasarannya ke masyarakat umum.

Hal ini dibuktikan selama kurang lebih 3 tahun terakhir strategi yang dilakukan BPR Kota Kediri adalah *agresif* memperluas jaringan pelayanan. Sehingga sekarang hampir disetiap penuru kota terdapat kantor cabang BPR Kota Kediri.

### Variabel Bebas/Independent (X)

#### 1. Produk (X.1).

Merupakan jawaban nasabah terhadap bukti langsung yang diterima dari BPR Kota Kediri terkait produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Penjelasan hasil kuesioner faktor produk adalah :

Tabel 4.10 Hasil Skoring Kuesioner Faktor Produk

Indikator	Jawaban	Jumlah	%
(X.1.1) Keragaman produk	Sangat Baik	23	23 %
	Baik	77	77 %
	Cukup Baik	-	-
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-
(X.1.2) Keunggulan produk yang ditawarkan	Sangat Baik	16	16 %
	Baik	81	81 %
	Cukup Baik	3	3 %
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-
(X.1.3) Keamanan produk terhadap sistem perbankan	Sangat Baik	28	28 %
	Baik	69	69 %
	Cukup Baik	3	3 %
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-

Sumber : data diolah oleh peneliti

#### 2. Tarif Jasa (X.2)

Merupakan biaya administrasi yang ditetapkan oleh pihak BPR Kota Kediri dari beberapa produk/jasa yang digunakan dan menjadi tanggungan nasabah

Penjelasan hasil kuesioner faktor tarif jasa adalah :

Tabel 4.11 Hasil Skoring Kuesioner Tarif Jasa

Indikator	Jawaban	Jumlah	%
(X.2.1) Kejelasan bunga	Sangat Baik	79	79 %
	Baik	21	21 %
	Cukup Baik	-	-
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-
(X.2.2) Keterbukaan	Sangat Baik	17	17 %
	Baik	81	81 %

penginformasian	Cukup Baik	2	2 %
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-
(X.2.3)	Sangat Baik	25	25 %
Kejelasan biaya administrasi jasa perbankan	Baik	71	71 %
	Cukup Baik	4	4 %
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-

Sumber : data diolah oleh peneliti

### 3. Kualitas Pelayanan (X3)

Merupakan respon atau kesiapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

Penjelasan hasil kuesioner kualitas pelayanan adalah :

Tabel 4.12 Hasil Skoring Kuesioner Kualitas Pelayanan

Indikator	Jawaban	Jumlah	%
(X.3.1) Kemampuan dan ketrampilan karyawan	Sangat Baik	16	16 %
	Baik	83	83 %
	Cukup Baik	1	1 %
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-
(X.3.2) Ketanggapan dan kecepatan karyawan dalam pemberian informasi dan administrasi	Sangat Baik	17	17 %
	Baik	75	75 %
	Cukup Baik	8	8 %
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-
(X.3.3) Sikap karyawan ramah dan sopan	Sangat Baik	19	19 %
	Baik	75	75 %
	Cukup Baik	6	6 %
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-

Sumber : data diolah oleh peneliti

### Variabel Terikat/Dependent (Y)

Kepuasan nasabah merupakan tingkat emosional nasabah terhadap produk-produk dan kualitas pelayanan yang menjadi konsep pelayanan BPR Kota Kediri.

Penjelasan hasil kuesioner faktor kepuasan nasabah adalah :

Tabel 4.13 Hasil Skoring Kuesioner Kepuasan Nasabah (Y)

Indikator	Jawaban	Jumlah	%
(Y1)	Sangat Baik	25	10 %

Senang menjadi nasabah BPR Kota Kediri.	Baik	75	84 %
	Cukup Baik	-	-
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-
(Y2) Menggunakan produk Bank lebih dari satu.	Sangat Baik	33	33 %
	Baik	67	67 %
	Cukup Baik	-	-
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-
(Y3) Menabung lebih meningkat	Sangat Baik	31	31 %
	Baik	69	69 %
	Cukup Baik	-	-
	Tidak Baik	-	-
	Sangat Tidak Baik	-	-

Sumber : data diolah oleh peneliti

### Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan instrumen yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Adapun hasil perhitungan terlihat pada tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14 Hasil Validitas

Variabel	item	r-hitung		r-tabel	Keterangan
Produk (X.1)	1	0,455	>	0,195	Valid
	2	0,477	>	0,195	Valid
	3	0,629	>	0,195	Valid
Tarif Jasa (X.2)	1	0,397	>	0,195	Valid
	2	0,686	>	0,195	Valid
	3	0,601	>	0,195	Valid
Kualitas Pelayanan (X.3)	1	0,539	>	0,195	Valid
	2	0,413	>	0,195	Valid
	3	0,541	>	0,195	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,421	>	0,195	Valid
	2	0,348	>	0,195	Valid
	3	0,519	>	0,195	Valid

Sumber : data diolah oleh peneliti

Dari tabel 4.14 nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dapat dikatakan kesemua data atau seluruh butir angket pertanyaan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah valid.

#### 1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk menguji ketepatan di antara butir-butir pertanyaan dalam instrumen penelitian. Adapun hasil perhitungan yang didapat dengan menggunakan program SPSS terlihat pada tabel 4.15 berikut :

Tabel 4.15 Hasil Reliabilitas

Variabel	$\alpha$ -hit	Tanda	$\alpha$ -batas	Keterangan
Produk (X.1)	0,698	>	0,6	Reliabel
Tarif Jasa (X.2)	0,728	>	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X.3)	0,676	>	0,6	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,617	>	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Print Out SPSS

Dari hasil yang didapat pada tabel 4.15 di atas maka dapat dikatakan bahwa data yang digunakan reliabel. Sehingga dari pengujian validitas dan reliabilitas disimpulkan kesemua data valid dan reliabel.

Berdasarkan dari analisis regresi dengan program SPSS yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan pada tabel 4.16 di bawah ini.

Tabel 4.16 Analisis Regresi

**Coefficients(a)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.189	.335		.565	.573		
X.1	.308	.085	.272	3.624	.000	.696	1.438
X.2	.288	.078	.292	3.699	.000	.628	1.591
X.3	.394	.073	.404	5.380	.000	.696	1.437

a Dependent Variable

Sumber : data diolah oleh peneliti

Dari tabel 5.16 di atas diperoleh suatu persamaan regresi dengan penjelasan sebagai berikut :

$$Y = 0,189 + 0,308 (X_1) + 0,288 (X_2) + 0,394 (X_3) + e$$

Dimana:

$\alpha = 0,189$  artinya jika produk ( $X_1$ ), tarif jasa ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ), sama dengan nol, maka nilai kepuasan nasabah BPR Kota Kediri sebesar 0,189 poin.

$\beta_1 = 0,308$  koefisien regresi produk ( $X_1$ ), sebesar 0,308, menyatakan setiap terjadi kenaikan 1 produk ( $X_1$ ), maka akan menaikkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,308 poin. Dengan asumsi tarif jasa ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) konstan.

$\beta_2 = 0,288$  koefisien regresi tarif jasa ( $X_2$ ) sebesar 0,288, menyatakan setiap terjadi kenaikan 1 nilai tarif jasa ( $X_2$ ), maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,288 poin. Dengan asumsi produk ( $X_1$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ), konstan.

$\beta_3 = 0,394$  koefisien regresi kualitas pelayanan ( $X_3$ ) sebesar 0,394, menyatakan setiap terjadi kenaikan 1 nilai kualitas pelayanan ( $X_3$ ), maka akan

menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,394 poin. Dengan asumsi produk ( $X_1$ ) dan tarif jasa ( $X_2$ ), konstan.

### Pengujian Koefisien Determinasi

Tabel 4.17 Pengujian Koefisien Determinasi  
**Model Summary(b)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.789(a)	.623	.611	.21453	1.975

a Predictors: (Constant),  $X_3$ ,  $X_1$ ,  $X_2$

b Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Print Out SPSS

Besarnya persentase semua variabel independen dapat menjelaskan terhadap nilai variabel dependen dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ). Pada hasil perhitungan dengan program SPSS terlihat pada tabel 4.17 diperoleh besarnya koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,611. Hal ini menyatakan 61,1 % kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel produk ( $X_1$ ), tarif jasa ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) dan Sisanya 38,9 % disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk diluar model.

### Pengujian Hipotesis

#### 1. Pengujian Koefisien Regresi dengan Uji F

Uji simultan ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel produk ( $X_1$ ), tarif jasa ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ), secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel kepuasan nasabah. Uji simultan dilakukan dengan membandingkan antara tingkat signifikansi nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  yaitu:

1. Jika Signifikansi  $\alpha < 0.05$ , berarti faktor bebas/independent (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap faktor terikat/dependent (Y)
2. Jika Signifikansi  $\alpha > 0.05$ , berarti faktor bebas/independent (X) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap faktor terikat/dependent (Y)
3. Pengujian hipotesis dengan menggunakan tingkat signifikansi dibawah 0,05 (5%) berarti semua faktor bebas (X) yang terdiri dari produk ( $X_1$ ), tarif jasa ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kinerja pegawai BPR Kota Kediri. Dari hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa hasil analisa data menunjukkan tingkat signifikansi faktor bebas/independent (X) terhadap faktor terikat/dependent (Y) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya produk ( $X_1$ ), tarif jasa ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan secara bersama-sama/signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah BPR Kota Kediri atau dapat dikatakan hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima.

Tabel 4.18 Hasil Signifikan Uji F hitung

#### ANOVA(b)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7.296	3	2.362	52.843	.000 <sup>a</sup>

Residual	4.418	96	.047		
Total	11.714	99			

a Predictors: (Constant), X.3, X.1, X.2

b Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Print Out SPSS

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS terlihat pada tabel 4.18 diperoleh besarnya signifikansi  $F_{hitung}$  adalah 0,000 yang lebih kecil dari tingkat probabilitas 0,05 (5%), Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel produk ( $X_1$ ), tarif jasa ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ), secara empiris dapat berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah BPR Kota Kediri.

## 2. Pengujian Koefisien Regresi dengan Uji t

Uji parsial ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel produk ( $X_1$ ), tarif jasa ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) secara parsial/sendiri-sendiri mempengaruhi kepuasan nasabah. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan :

1. Jika signifikansi  $\alpha < 0.05$ , berarti faktor bebas/independent (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap faktor terikat/dependent (Y)
2. Jika signifikansi  $\alpha > 0.05$ , berarti faktor bebas/independent (X) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap faktor terikat/dependent (Y)

Dari perhitungan regresi dengan menggunakan bantuan program SPSS diperoleh tingkat signifikansi masing-masing faktor sebagai berikut :

1. Signifikansi uji t dari faktor produk ( $X_1$ ) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Ini berarti faktor produk secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPR Kota Kediri.
2. Signifikansi uji t dari faktor tarif jasa ( $X_2$ ) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Ini berarti faktor tarif jasa secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPR Kota Kediri.
3. Signifikansi uji t dari faktor kualitas layanan ( $X_3$ ) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini berarti faktor kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPR Kota Kediri.

Tabel 4.19 Hasil Uji t

### Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.189	.335		.565	.573		
X.1	.308	.085	.272	3.624	.000	.696	1.438
X.2	.288	.078	.292	3.699	.000	.628	1.591
X.3	.394	.073	.404	5.380	.000	.696	1.437

a Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Print Out SPSS

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan, variabel produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BPR Kota Kediri. Hal ini terbukti dari penilaian-penilaian yang diberikan nasabah terhadap indikator-indikator variabel yang dinilai.
2. Penilaian dan tanggapan nasabah mengenai produk, tarif jasa dan kualitas pelayanan :
  - a. Dalam menanggapi produk-produk jasa perbankan pada BPR Kota Kediri, responden beranggapan positif berpengaruh terhadap keragaman produk yang dimiliki BPR Kota Kediri mampu menjadi daya tarik nasabah.
  - b. Dalam menanggapi tarif jasa yang terdapat pada di BPR Kota Kediri, responden beranggapan cukup positif. Biaya-biaya yang terdapat pada BPR Kota Kediri tidak menjadi sebuah keluhan yang sangat signifikan. Meskipun sebagian nasabah masih mengedepankan faktor emosional dalam menentukan keputusan untuk menjadi nasabah, tetapi sistem yang dimiliki BPR Kota Kediri menjadi daya tarik tersendiri untuk nasabah.
  - c. Kualitas pelayanan yang diberikan BPR Kota Kediri sangatlah baik dinilai oleh nasabah. Mulai dari pelayanan dari karyawan *front office* sampai satpam yang bertugas. Nasabah sangat puas akan perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh para karyawan.

### **Saran**

Mengacu kepada hasil penelitian pada Bab IV, diharapkan BPR Kota Kediri mempertahankan kondisi dan strategi memberikan kepuasan yang terbaik bagi nasabahnya yang sudah dilakukan sampai saat ini. Penulis lebih menekankan BPR Kota Kediri lebih meningkatkan strategi yang sudah dilakukan selama ini untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya.

Walaupun demikian, BPR Kota Kediri juga dituntut untuk lebih gencar dan berani membuka diri guna terus meningkatkan sosialisasi dengan masyarakat luas terutama dalam menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menabung.

### **Daftar Pustaka**

- Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Gudjarati, Damodar, 1991, *Ekonometrika Dasar*, Erlangga, Jakarta.
- Handi, Irawan, 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Husein, Umar, 2003, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kotler, Philip, 2003, *Marketing Management*, International Edition, New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management- Milenium Edition*, 10<sup>th</sup> Edition, New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Leonard, L. Berry, Valarie Zeithaml, & Parasuraman, 1991, *Marketing Service*, New York: Free Press.

Lovelock, Chrishtoper, 2001. *Serviece Marketin, People, Technology, Strategy*. 4<sup>th</sup> Prentice Hall International, Inc.

Nasir,M, 1999, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia,Jakarta.

Rangkuty, Freddy, 2003, *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisi Kasus PLN-JP*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono, 2009, *Statistik Non Parametris Untuk Penelitian*, Edisi Perdana, Cetakan Kedua, IKAPI, Jawa Barat, Bandung.

Tjiptono, Fandy, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, ANDI, Yogyakarta, 1997

Tjiptono, Fandy, Yanto Chandra dan Anastasia Diana. 2004. *Marketing Scale*. Yogyakarta: ANDI