

bekerja untuk melayani nasabah dengan segenap potensi yang mereka miliki sehingga dapat dioptimalkan dalam membantu penyelesaian masalah yang dimiliki nasabah.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini memberikan gambaran awal mengenai keterkaitan antara persepsi dengan tingkatan ekspektasi nasabah dalam hubungannya dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Ada beberapa poin yang ingin diraih dalam penelitian ini, yaitu mengenai batas kualitas pelayanan yang dapat ditoleransi oleh nasabah, batas kualitas pelayanan yang diinginkan oleh nasabah, dan kondisi yang paling efektif ketika memiliki target dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah.

Ada empat dimensi kualitas pelayanan yang berperan sebagai variabel independen, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles*. Dari keempat model maka dilakukan analisa menggunakan model regresi linier berganda. Melalui uji signifikansi, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian menghasilkan kesimpulan yang sama. Untuk dimensi *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles* maka hasil yang diperoleh secara signifikan adalah bahwa pengaruh antara persepsi nasabah dengan kepuasan nasabah adalah terletak pada area di dalam *zone of tolerance*. Sedangkan hasil yang diperoleh secara tidak signifikan adalah ketika pengaruh antara persepsi nasabah dengan kepuasan nasabah adalah terletak pada area di bawah dan di atas *zone of tolerance*.

Melalui pengujian hipotesis maka diperoleh poin-poin penting yang menggambarkan kualitas pelayanan paling rendah yang masih dapat ditoleransi oleh nasabah (*adequate expectation*) adalah berkisar antara 7.1 hingga 7.4. Angka tersebut menunjukkan bahwa *adequate expectation* yang dimiliki oleh nasabah adalah tinggi. Kedua adalah batas kualitas pelayanan yang diinginkan oleh nasabah adalah berkisar antara 8.4 hingga 8.6. Angka tersebut menunjukkan bahwa *desired expectation* yang dimiliki oleh nasabah adalah tinggi.

Dari hasil uji signifikansi maka dapat diperoleh model dengan signifikansi tertinggi, yaitu jika dilihat dari besaran koefisien slope khususnya pada area di dalam *zone of tolerance*, yang menunjukkan hasil uji signifikansi adalah berpengaruh secara nyata. Slope dengan nilai paling tinggi tertuju pada dimensi *empathy*. Dapat dikatakan bahwa dimensi *empathy* merupakan dimensi yang paling penting bila dilihat dari persepsi nasabah. Ketiga dimensi lainnya, yaitu bila dilihat dari tingkat kepentingannya berdasarkan persepsi nasabah

adalah berturut-turut; dimensi *reliability*, *responsiveness*, dan *tangibles*. Dimensi *tangibles* menempati urutan terakhir, yaitu dengan tingkat kepentingan paling rendah. Hasil penelitian ini pun diperkuat oleh hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya bahwasanya dimensi *tangibles* memang dianggap nasabah sebagai faktor dengan tingkat kepentingan paling rendah.

Hasil dalam penelitian ini kaitannya dengan tujuan penelitian adalah bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang paling efektif adalah ketika persepsi nasabah berada di dalam area *zone of tolerance*. Sedangkan peningkatan kualitas pelayanan adalah tidak efektif untuk diterapkan apabila persepsi nasabah berada di bawah atau di atas area *zone of tolerance*. Dengan demikian hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam mengalokasikan sumberdaya dengan tujuan peningkatan kualitas pelayanan.

V.2 Saran

Melalui hasil penelitian ini maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Keterbatasan dari penelitian ini adalah tidak dapat dilakukan generalisasi dalam penarikan kesimpulan. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat digunakan teknik *probability sampling*, agar diperoleh hasil yang dapat diambil kesimpulannya secara general dan hasil yang didapatkan lebih akurat.
- 2) Dalam penelitian ini hanya digunakan empat macam dimensi kualitas pelayanan sehingga hasil yang diperoleh belum komprehensif. Untuk penelitian selanjutnya maka dapat diterapkan konsep *Service*

Quality (ServQual) dengan lima dimensi kualitas pelayanan, sehingga diharapkan dapat diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

