

BAB IV

ANALISIS TENTANG KEPUASAN NASABAH PADA KUALITAS LAYANAN

A. Analisis Data

Metode pengukuran kepuasan pelanggan menurut Kotler terdapat 4 macam metode, yaitu :

- a. Sistem keluhan dan saran, artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, keluhan pelanggan.
- b. Survey kepuasan pelanggan, artinya kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi.
- c. *Ghost shopping*, artinya metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.
- d. *Lost customer analysis*, artinya perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi terjadinya hal tersebut.

Berdasarkan keempat metode yang diungkapkan oleh teori Kotler diatas, bahwasannya dapat dianalisis dan dimasukkan kedalam 5 nasabah atau responden yang diteliti oleh peneliti sebagai berikut:

a. Sistem keluhan dan saran

1. Randi Nugraha menyatakan agar kedepannya fasilitasnya bisa ditambah, mungkin fasilitas pembelian pulsa dengan berbagai macam produk ataupun fasilitas pembayaran PLN ataupun lainnya itu bisa dari MBG, karena selama ini seperti pulsa masih terbatas beberapa profaider saja mungkin kalau bisa ditambah lagi profaider-profaider yang lain jadi untuk kemudahan nasabah secara keseluruhan.

Dari keluhan dan saran Randi Nugraha diatas, peneliti menganalisis bahwasannya pendapat Randi Nugraha mengarah pada dimensi (tangibles) dimana lebih dilengkapi dalam hal fasilitas tambahan sehingga layanan jasa *mobile banking GPRS (MBG)* lebih berkualitas dimata nasabah sehingga nasabah lebih merasa puas dan nasabah bisa lebih loyal.

2. Mawan menyatakan agar layanan *mobile banking GPRS (MBG)* lebih berkualitas kalau bisa meningkatkan level software yang mensupport ke semua HP, sehingga seluruh nasabah merasakan bagaimana layanan tersebut. Jadi tidak hanya ke nasabah yang memiliki HP khusus seperti blackberry, atau yang lainnya jadi seluruh nsabah bisa merasakan dengan HP yang begitu simpel.

Dari keluhan dan saran Mawan diatas, peneliti menganalisis bahwasannya pendapat Mawan mengarah pada dimensi (*tangibles*) karena dimensi (*tangibles*) adalah salah dari lima dimensi yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

3. Ahlus Sar'iyah Samawati menyatakan agar untuk kedepannya kalau bisa MBG bisa diakses oleh semua HP seperti android, dll. Dengan begitu semua orang bisa merasakan layanan *mobile banking GPRS (MBG)*.

Dari keluhan dan saran Ahlus Sar'iyah Samawati diatas, peneliti menganalisis bahwasannya pendapat Ahlus Sar'iyah Samawati mengarah pada dimensi (*tangibles*) karena bukti fisik dalam kualitas pelayanan, sangat penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen atas pelayanan yang diterima.

4. Afin Kusani menyatakan agar bank Syariah Mandiri Cabang Suarabaya Barata harus mempertahankan kualitas layanan *mobile banking GPRS (MBG)* agar nasabah selalu puas.

Dari keluhan dan saran Afin Kusani diatas, peneliti menganalisis bahwasannya pendapat Afin Kusani mengarah pada ke lima dimensi agar lebih dipertahankan karena lima dimensi kualitas layanan jasa sangat mempengaruhi kepuasan nasabah.

5. Agus Sulistiono menyatakan agar mandiri syariah harus selalu meningkatkan kualitas layanan *mobile banking GPRS (MBG)*, kalau bisa

fasilitasnya bisa ditambah seperti pembelian pulsa dan lainnya. Dengan begitu nasabah dapat banyak terbantu.

Dari keluhan dan saran Agus Sulistiono diatas, peneliti menganalisis bahwasannya pendapat Agus Sulistiono sama seperti 4 responden lainnya yaitu mengarah pada dimensi (*tangibles*) karena dalam hal fasilitas lebih dtambahan sehingga layanan jasa *mobile banking GPRS (MBG)* lebih berkualitas dimata nasabah sehingga meningkatkan kepuasan konsumen atas pelayanan yang diterima.

Setelah melihat keluhan dan saran dari seluruh nasabah atau responden diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasannya dari lima dimensi seperti bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati, yang mengarah kependapat nasabah atau responden diatas adalah dimensi bukti langsung (*Tangibles*), karena menurut nasabah atau responden mengharapakan layanan *mobile banking GPRS (MBG)* dapat ditambahkan fasilitas sesuai kebutuhan nasabah sehingga nasabah ldapat merasa puas dan bisa loyal. Tetapi mengenai kepuasan, nasabah mempunyai type kepuasan tersendiri sesuai individu masing-masing terhadap layanan *mobile banking GPRS (MBG)* bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Barata.

b. Survey kepuasan pelanggan

1. Randy menggunakan layanan *mobile banking GPRS (MBG)* sejak 7 bulan yang lalu, dalam dimensi *tangibles* yang berkaitan dengan kualitas jasa, beliau berpendapat bahwasannya harus memiliki tabungan BSM dan tabungan tersebut harus dilengkapi dengan fasilitas ATM, jadi selanjutnya untuk pengurusan *mobile banking GPRS (MBG)* bisa langsung menemui ke *costumer service*. Selanjutnya dalam dimensi *reliabilitas* beliau mengatakan pada saat kita ingin menggunakan fasilitas transfer antar bank dan sesama bank bisa digunakan kapan saja dan dimana saja, jadi jika tidak memungkinkan kita ke ATM kita bisa langsung menggunakan *mobile banking GPRS (MBG)*. Selanjutnya dalam dimensi *Responsiveness* dan *jaminan* beliau memberikan penilaian bahwasannya pelayanannya sudah sangat bagus mulai dari awal pada saat menerima nasabah, pengurusan pengaktifan, sampai pun jika ada keluhan selanjutnya mengenai aplikasi ataupun jaringan biasanya langsung dibantu oleh *costumer service*. Dan dalam dimensi *empati* secara umum produk yang dijelaskan itu sudah sangat lengkap dan bisa dipahami dengan mudah, jadi untuk nasabah dengan pengguna baru jika bertanya fitur-fitur *mobile banking GPRS (MBG)* mudah untuk di ingat dan mudah dimengerti. Mengenai kepuasan beliau mengemukakan bahwasannya secara keseluruhan beliau sudah sangat puas karena bisa membantu memenuhi dalam kehidupan sehari-hari,

2. Mawan adalah nasabah *mobile banking GPRS (MBG)*. Dalam dimensi *tangibles* beliau berpendapat bahwasannya dalam mendaftar *mobile banking GPRS (MBG)* harus memiliki Buku tabungan, ATM, sama HP yang memiliki perangkat khusus untuk *mobile banking GPRS (MBG)* dan dalam dimensi *reliabilitas* beliau berpendapat bahwasannya lebih spesifik dan lebih detail jadi saya merasa puas karena produknya ini merupakan produk yang saya nanti tidak perlu kemana-mana untuk transaksi. Selanjutnya dalam dimensi *responsiveness* dan *assurance* beliau berpendapat Penampilannya karyawan bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Barata Islami tapi untuk kualitasnya masih kurang puas karena tidak terlalu detail saat menjelaskan karena masih banyak istilah-istilah yang masih belum dimengerti. Mengenai kepuasan beliau mengemukakan bahwasannya beliau sudah merasa puas.
3. Ahlus Sar'iyah Samawati menggunakan layanan *mobile banking GPRS (MBG)* sejak hampir satu tahun, dalam dimensi *tangibles* reliabilitas yang berkaitan dengan kualitas jasa, beliau berpendapat bahwasannya harus mempunyai tabungan BSM dan HP yang dilengkapi dengan GPRS. Selanjutnya dalam dimensi *reliability* beliau mengatakan *mobile banking GPRS (MBG)* produk jasa yang menarik karena nasabah disaat mau mentransfer tak perlu pergi ke bank melainkan lewat HP pribadi. Selanjutnya dalam dimensi *Responsiveness* dan *jaminan* beliau

memberikan penilaian bahwasannya pelayanannya sangat sopan kepada nasabah dan dalam melayani nasabah sangat mendetail sehingga nasabah bisa mengerti dan paham. Dan dalam dimensi *empati* karyawan bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Barata terutama *costumer service* dalam menjelaskan ke nasabah sangat jelas dan menjelaskan ke nasabah sampai mengerti. Mengenai kepuasan beliau merasa puas karena karena *mobile banking GPRS (MBG)* praktis dan menghemat waktu saya mas. Bagi seorang yang berjiwa pembisnis MBG sangatlah berguna.

4. Afin Kusani pengguna layanan *mobile banking GPRS (MBG)*, dalam dimensi tangibles reliabilitas yang berkaitan dengan kualitas jasa, beliau berpendapat bahwasannya perlengkapan yang dibutuhkan dalam tabungan, lengkap dengan ATM dan yang penting HP, tetapi HP nya harus terdapat sistem GPRS. Selanjutnya dalam dimensi *reliability* beliau mengatakan merasa puas terhadap kualitas layanan *mobile banking GPRS (MBG)* praktis karena dimanapun dan kapanpun dapat melakukan transfer. Selanjutnya dalam dimensi *Responsiveness* dan *jaminan* beliau memberikan penilaian bahwasannya pelayanannya baik, dalam melayani nasabah karyawan berpakaian Islami dan sopan saat berbicara dengan nasabah yang mau membuka aplikasi *mobile banking GPRS (MBG)*. Dan dalam dimensi *empati* dalam melayani nasabah menurut saya *costumer service* menjelaskan dengan begitu lengkap, sehingga nasabah bisa

mengerti *mobile banking GPRS (MBG)* saat dulu mendaftar. Mengenai kepuasan beliau sudah merasa puas dengan kualitas layanan *mobile banking GPRS (MBG)*.

5. Agus Sulistiono pengguna layanan *mobile banking GPRS (MBG)*, dalam dimensi tangibles reliabilitas yang berkaitan dengan kualitas jasa, beliau berpendapat bahwasannya harus memiliki tabungan, ATM, dan HP. Selanjutnya dalam dimensi *reliability* beliau mengatakan kualitas layanan *mobile banking GPRS (MBG)* produk jasa yang menarik dan dapat membantu transfer antar bank kapanpun. Selanjutnya dalam dimensi *Responsiveness* dan *jaminan* beliau memberikan penilaian bahwasannya dalam melayani *nasabah costumer service* bersikap baik dan sopan kepada semua nasabah. Dan dalam dimensi *empati* produk yang dijelaskan *costumer service* sudah merinci dan mendetail sehingga nasabah sebagai bisa paham. Mengenai kepuasan beliau puas dengan kualitas layanan *mobile banking GPRS (MBG)* karena dengan adanya *mobile banking GPRS (MBG)* nasabah dapat terbantu dalam melakukan transfer ke antar bank.

Menalisis dari keseluruhan kepuasan nasabah atau responden dalam layanan *mobile banking GPRS (MBG)* bahwasannya dapat digaris bawahi dari 5 nasabah atau responden menyatakan sudah merasa puas pada layanan *mobile banking GPRS (MBG)* pada bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Barata,

karena dari lima dimensi kepuasan seluruh nasabah atau responden berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Barata.

c. Pada teori Kotler menyatakan bahwa *Ghost shopping* adalah metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Dari teori tersebut peneliti mencoba sendiri produk *mobile banking GPRS (MBG)* tanpa harus memperkerjakan orang lain. Dan kepuasan yang peneliti dapatkan mengenai produk *mobile banking GPRS (MBG)* adalah merasa puas karena *mobile banking GPRS (MBG)* dapat membantu bagi penggunaannya karena fasilitas transfer antar bank jadi lebih mudah dan lebih praktis bisa diakses kapanpun dimana saja sehingga nasabah tidak perlu lagi pergi ke bank melainkan langsung melalui Hp pribadi.

d. *Lost customer analysis*

Dalam metode ini peneliti pada saat meneliti tidak menemukan nasabah yang berhenti menggunakan produk layanan *mobile banking GPRS (MBG)*, sehingga peneliti tidak perlu mencari informasi mengenai berhentinya menggunakan produk layanan *mobile banking GPRS (MBG)*.

Secara keseluruhan peneliti menganalisis kualitas pelayanan telah diterapkan dengan baik dalam mencapai kepuasan nasabah bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Barata, sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berdasarkan bukti langsung (*Tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sesuai dengan ketersediaan peralatan yang modern, perlengkapan yang tersedia lengkap dan tenaga staf yang profesional menguasai bidangnya masing-masing membuat nasabah merasa puas dengan adanya kelengkapan fasilitas yang ada dilayanan *mobile banking GPRS (MBG)* pada bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Barata .
2. Kualitas pelayanan berdasarkan kehandalan (*Reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sesuai dengan proses pelayanan yang cepat, akurat, memuaskan dan memberikan kepercayaan kepada nasabah sehingga nasabah puas dan loyal terhadap *mobile banking GPRS (MBG)* pada bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Barata.
3. Kualitas pelayanan berdasarkan daya tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sesuai dengan pelayanan yang menyenangkan, menciptakan respon yang positif kepada nasabah sehingga nasabah merasa puas dan nyaman Karena dilayani dengan baik.
4. Kualitas pelayanan berdasarkan jaminan (*Assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sesuai dengan sikap ramah atau sopan, menjamin keamanan kecakapan dalam pelayanan sehingga nasabah merasa nyaman dan bisa puas karena nasabah merasa dihormati dan dilayani dengan baik.

5. Kualitas pelayanan jaminan (*Assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sesuai dengan sikap ramah atau sopan, menjamin keamanan kecakapan dalam pelayanan dengan begitu nasabah tidak berpindah layanan produk jasa di bank lainya.