

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan konsumen di KSP Syariah Peta Tulungagung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

(H1) menyatakan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dikarenakan citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen, konsumenlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa (*consumer perceived service quality*) merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa dari sudut pandang konsumen. Namun, perlu diperhatikan bahwa sifat jasa yang tidak nyata (*intangibel*) menyebabkan sangat sulit bagi konsumen untuk menilai jasa sebelum dia mengalaminya, bahkan setelah dia

konsumsi jasa tertentu pun, sulit bagi konsumen untuk menilai kualitas jasa tersebut.

(H2) menyatakan pengaruh nilai nasabah terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dikarenakan nasabah cenderung mempertimbangkan apa yang mereka inginkan dan percaya bahwa mereka memperoleh manfaat dari suatu produk jasa. Nasabah menjadi lebih berorientasi pada nilai dan tidak berpengaruh oleh kualitas tinggi atau harga murah. Mereka cenderung mempertukarkan harga yang pantas antara manfaat yang diterima dan pengorbanan yang diberikan (harga) dalam proses mendapatkan dan mengkonsumsi produk jasa.

(H3) menyatakan pengaruh kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dikarenakan memenuhi beberapa aspek kepuasan konsumen seperti emperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan konsumen, perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayanan, memberi kesempatan kepada konsumen untuk menyampaikan keluhan dan mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

B. SARAN

1. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa masih rendahnya kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen Koperasi Simpan Pinjam Syariah Peta Tulungagung. Hal ini mengidentifikasi bahwa masih kurang terpenuhinya kualitas pelayanan terhadap KSP Syariah Peta Tulungagung dalam ketersediaan fasilitas fisik, perlengkapan dan alat komunikasi, ketanggapan karyawan, kehandalan karyawan, kurang empati karyawan, kurang nyamannya di ruang tunggu menyebabkan nasabah mempunyai tingkat kepuasan yang rendah. Sebaiknya Koperasi Simpan Pinjam Syariah Peta Tulungagung memperbaiki sarana fisik dan non fisik seperti melakukan pelatihan terhadap para karyawan terkait dan memperbaiki sarana prasarana yang ada untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada atau bahkan dapat menarik nasabah yang lebih banyak dengan adanya kualitas pelayanan yang jauh lebih baik.
2. Kurangnya indikator dalam variabel di kuesioner menyebabkan peneliti kurang dapat menggali apa yang akan di cari. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain kualitas pelayanan dan nilai nasabah yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumn Koperasi Simpan Pinjam Syariah Peta Tulungagung, yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.
3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam

penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini, dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan nilai nasabah terhadap kepuasan konsumen. Bisa juga dengan menambahkan faktor-faktor selain kualitas pelayanan dan nilai nasabah yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumn Koperasi Simpan Pinjam Syariah Peta Tulungagung, yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih menyempurnakan alat ukur supaya dapat menjawab apa yang akan di cari dalam penelitian.