

Analysis Of Customer Satisfaction In PT. BPR Nusamba Cash Office Wado Sumedang

Agung Akbar¹, Teguh Santoso², Risa Ratna Gumilang³

¹²³Universitas Sebelas April Sumedang

agungakbar@gmail.com, santosoteguh1300@gmail.com, risa.rgumilang@gmail.com,

Article Info

Article history:

Received June 12, 2022

Revised June 17, 2022

Accepted June 25, 2022

Keywords:

customer satisfaction

ABSTRACT

Banking is the core of every country's financial system. Through lending activities and various services provided, the Bank serves financing needs and expedited payment system mechanisms for all sectors of the economy. The problem is customer complaints at PT. BPR Nusamba Tanjungsari Cash Office Wado Sumedang. Customer complaints are caused by the lack of rapid response from employees to customers, credit services are still slow, based on this research objective is to analyze and solutions to improve customer satisfaction at PT. BPR Nusamba Tanjungsari Cash Office Wado Sumedang. The research method uses a qualitative research method approach. The sampling technique is done by accidental sampling technique. Research informants are: cash chief, wado, teller, customer service and customers of PT. BPR Nusamba Tanjungsari Cash Office Wado Sumedang. The research data were analyzed using the Miles and Huberman model with steps: data reduction, data presentation, drawing conclusions. Research variables have been analyzed, including: physical evidence, reliability, responsiveness, assurance or certainty, and empathy. The results showed the facilities at PT. BPR Nusamba Tanjungsari Cash Office Wado Sumedang that the dimensions of physical evidence (tangibles), reflected in physical facilities, lack of atm machines. Dimensions of responsiveness (responsiveness), less deft in providing services



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Agung Akbar¹,
Prodi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. Angkrek Situ No19 Sumedang Utara Sumedang.
Email: agungakbar@gmail.com

1. INTRODUCTION

Perbankan merupakan inti dari sistem keuangan setiap Negara. Melalui kegiatan perkreditan dan berbagai jasa yang diberikan, Bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian. Bank juga ikut serta melancarkan sektor perekonomian dengan memberikan kredit kepada masyarakat.

Pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang PerBankan, dalam Bank disebutkan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sedangkan pengertian BPR dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Perkreditan_Rakyat adalah lembaga keuangan Bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan. Dari perbedaan pengertian tersebut, terlihat bahwa BPR memiliki pengertian yang lebih sederhana dibandingkan dengan Bank umum.

Dalam perkembangannya keberhasilan Bank perkreditan tidak lepas dari manajemen pemasarannya yang dituntut untuk menghasilkan nilai agar dapat menghasilkan kepuasan nasabah yang baik. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Alma (2016: 130) menyatakan bahwa, *Marketing management is the analysis, planning, implementation, and control of programs designed to create, build, and maintain beneficial exchanges with target buyers for the purpose of achieving organizational objectives*, (arti definisi tersebut manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi).

Salah satu Bank perkreditan yang ada di kabupaten Sumedang adalah PT. BPR (Bank Perkreditan Rakyat) Nusamba Tanjungsari (kantor kas Wado) dimana Bank ini didirikan pada tanggal 17 Februari 1990

yang beralamat Jalan Raya Wado Panyingkiran RT. 03 RW. 03 Kec. Wado-Sumedang. PT. BPR Nusamba Tanjungsari (kantor kas Wado). PT. BPR Nusamba Tanjungsari kantor kas wado akan berusaha terus untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para nasabahnya, karena kepuasan nasabah sangat penting bagi setiap organisasi, baik sektor jasa ataupun sektor barang, oleh karena itu tidak setiap waktu produsen dapat memuaskan nasabah. Karena ada begitu banyak nasabah yang menggunakan produk dan setiap nasabah menggunakannya secara berbeda, sikap yang berbeda, dan berbicara secara berbeda. Yang paling berbahaya adalah ketika nasabah berbicara dari mulut ke mulut. Kita tidak bisa menghentikan setiap perkataan seseorang, bahkan jika kita sudah memberikan yang terbaik dari yang terbaik, mereka masih membicarakan kekurangan produk kita.

Berdasarkan observasi awal terlihat permasalahan data keluhan nasabah pada PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang tahun 2018, sebagai berikut:

Tabel 1. Data Keluhan Nasabah BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Periode (Juni – Desember) Tahun 2018

Bulan	Jenis Keluhan	Nasabah	(%)
Juni	<ul style="list-style-type: none"> • Kurang tanggapnya karyawan • Antrian terlalu lama • Kurangnya kemampuan karyawan • Kurang lengkapnya fasilitas sarana dan prasarana 	12	9,6 %
Juli		15	12 %
Agustus		17	13,6 %
September		19	15,2 %
Oktober		21	16,8 %
November		20	16 %
Desember		21	16.8 %
Jumlah		125	100 %

Sumber: PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado, 2019

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat data keluhan kepuasan nasabah di BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado terlihat pada dari tahun 2018. Hal ini dilihat dari kategori daya tanggap karyawan seperti karyawan tidak cepat merespon nasabah yang datang, kategori ketepatan dalam melayani seperti waktu dalam pelayanan masih lama akan berakibat pada kejenuhan nasabah. Kategori kecepatan dalam melayani kredit seperti penurunan dana untuk nasabah terlalu lambat. Kategori keramahan dalam melayani seperti tidak dipakainya 5S (salam, sapa, senyum, sopan, dan santun). Maka dari itu PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado perlu perbaikan dalam mengatasi kepuasan nasabah.

Tjiptono (2015: 78) menyatakan bahwa, kepuasan pelanggan dipandang sebagai evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan” kemudian menurut Tjiptono (2015: 77) juga dijelaskan bahwa dimensi dan indikator yang mempengaruhi kepuasan konsumen terdiri dari: 1). Bukti fisik (*tangibles*) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi, 2) Keandalan (*reliability*), yang meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, 3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, 4) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan, dan 5) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2. LITERATURE STUDY

2.1. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Alma (2016:130), manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Menurut Kotler dan Keller (2014: 5) manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul

Jadi pengertian diatas dapat disimpulkan manajemen pemasaran ialah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan. Logika dari definisi diatas, ialah apabila seseorang atau perusahaan, ingin memperbaiki pemasarannya, maka ia harus melakukan kegiatan pemasaran itu sebaik mungkin.

2.2. Pengertian Jasa

Menurut Malau (2018:59), jasa adalah layanan aktivitas yang tidak memiliki fisik, tidak bisa diraba, dan tidak terlihat oleh mata yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lain. Sedangkan menurut Stanton

dalam Alma (2016: 243), jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan.

2.3. Pengertian Pemasaran Jasa

Menurut Rismiati (2015) dalam <https://www.akuntansilengkap.com> pemasaran jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain dan merupakan barang tidak berwujud atau *intangible* serta tidak berakibat pada kepemilikan akan sesuatu.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Alma (2016: 243) pemasaran jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang output nya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan, pemasaran jasa adalah suatu proses kegiatan yang memiliki manfaat lalu ditawarkan dan dijual dan diberikan oleh suatu pihak yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*intangible*).

2.4. Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2017: 45), Kepuasan nasabah merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern. Persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan konsumen. Kuncinya terletak pada kemampuan memahami perilaku konsumen sasaran secara komprehensif, kemudian memanfaatkan pemahaman itu dalam merancang, mengkomunikasikan, dan menyampaikan program pemasaran secara lebih efektif dibandingkan para pesaing. Tantangannya adalah bahwa perilaku konsumen itu dinamis dan dipengaruhi beraneka faktor, baik internal maupun eksternal.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Afrinda (2015: 3) kepuasan pelanggan ialah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas.

2.5. Dimensi Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2017: 77) terdapat dimensi dan indikator yang mendukung kepuasan nasabah, yaitu:

- a. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

3. METHOD

Untuk mendapatkan modal alternatif sistem dan pengembangan manajemen dalam menyiapkan tenaga kerja perusahaan yang optimal, dengan unsur-unsur pokok yang harus ditemukan sesuai dengan butir-butir rumusan masalah. Tujuan dan manfaat penelitian, maka digunakan metode kualitatif.

Penelitian kualitatif pada hakekatnya adalah mengenai orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Dalam penelitian ini yang diamati adalah perusahaan, yaitu Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Nusamba Kantor Kas Wado Sumedang.

Sugiyono (2015: 15) menyatakan bahwa, Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/ kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Obyek dalam penelitian kualitatif adalah obyek yang alamiah, atau natural setting, sehingga metode penelitian ini sering disebut sebagai metode naturalistik. Peneliti melakukan penelitian di tempat dan waktu sebagai berikut : Tempat penelitian yang dijadikan obyek penelitian oleh penulis adalah Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Nusamba Kantor Kas Wado Sumedang yang beralamat Jl. Raya Wado Panyingkiran RT. 03/03 Kec. Wado-Sumedang.

Sugiyono (2015: 298) mengemukakan bahwa, sampel penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi nara sumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Sugiyono (2015:

300) menyatakan bahwa, Teknik sampling yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya yang di jadikan sumber data dalam penelitian ini adalah mereka-mereka yang ada hubungannya dengan Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Nusamba Kantor Kas Wado Sumedang.

4. RESULT AND DISCUSSION

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dijelaskan kepuasan pada PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang. Tjiptono (2015: 78) menyatakan bahwa, kepuasan pelanggan dipandang sebagai evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan. Bagi PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan nasabah. Tjiptono (2015: 77) menyimpulkan terdapat 5 (lima) dimensi (dimensi kualitas kepuasan), yaitu 1). *Tangibles*, atau bukti fisik, 2). *Reliability*, atau keandalan, 3). *Responsiveness*, atau ketanggapan, 4). *Assurance*, atau jaminan dan kepastian, 5). *Empathy*. Sebagai berikut :

a. Bukti Fisik (*Tangibles*)

PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang cukup memadai dan kita akan terus berkembang, membenahi, dan meningkatkan fasilitas PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang akan tetapi kami belum memiliki mesin ATM. Semua karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang sudah menggunakan seragam yang rapih dan selalu menerapkan 5S (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun) dalam setiap kepuasannya

b. Keandalan (*Reliability*)

Untuk pelaksanaannya setiap karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang sudah memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah. karyawan selalu memberikan pelayanan sesuai prosedur pelayanan. Karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang tidak membeda-bedakan nasabah dalam hal pelayanan.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Setiap karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang selalu menyambut dan memperhatikan (ucapan, kritik dan komentar) yang telah disampaikan oleh nasabah dari mulai menabung samapi dengan tahu produk PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang, Dari awal menabung saya di sambut dengan baik sampai diberikan semua produk tabungan, kredirt, dan depositi. Karyawan selalu menggunakan tutur bahasa yang sopan dan sudah sesuai dengan harapan. PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang. karyawan cekatan akan memberikan pelayanan bagi nasabah. Karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang bisa membeda-bedakan mana pekerjaan yang harus didahulukan.

d. Jaminan atau kepastian (*Assurance*)

Karyawan kami sanggup memberikan kenyamanan nasabah yang datang dan karyawan sudah mempunyai tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan jabatannya. karyawan harus selalu ramah kepada nasabah yang datang karena semuanya demi memberikan pelayanan yang ramah. karyawan berusaha dengan cepat menyelesaikan keluhan nasabah.

e. Empati (*Emphaty*)

PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang selalu memerintahkan agar karyawan memperhatikan pelayanan pada nasabah agar mereka puas. Karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang memberikan informasi yang diminta nasabah sangat detail dan terperinci dan sesuai dengan SOP yang dibuat perusahaan. karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang sangat paham apa yang diingknan nasabah yang datang.

Untuk Menganalisis Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang

Temuan-temuan yang di hadapi pada PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang tentang kepuasan yaitu:

1. Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*), temuan peneliti meliputi bangunan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang sudah cukup baik, tempat parkir harus di perluas lagi, tempat parkir untuk mobil dan motor alangkah lebih baik dipisahkann, dan tidak adanya mesin ATM.
2. Dimensi Keandalan (*Reliability*), temuan peneliti meliputi PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang sudah memberikan pelayanan yang cukup baik, namun belum maksimal, karena masih ada kekurangan yang dimiliki seperti kurang cepat.
3. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*), temuan peneliti meliputi karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang dalam memberikan informasi kepada nasabah kurang optimal, akan tetapi dalam menghadapi keluhan dari nasabah, karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari

Kantor Kas Wado Sumedang masih harus meningkatkan responnya karena hal tersebut dapat dilihat ketika ada nasabah yang mengeluh.

4. Dimensi Jaminan (*Assurance*), temuan peneliti meliputi PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang hanya kurang cepat menyelesaikan keluhan nasabah.
5. Dimensi Empati (*Emphaty*), temuan peneliti yang meliputi ada pada PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang bahwa perhatian dan kepedulian karyawan yang diberikan kepada nasabah belum optimal.

Untuk Menganalisis Solusi Meningkatkan Kepuasan Nasabah PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang

Solusi mengatasi kendala-kendala temuan penelitian PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang tentang kepuasan antara lain :

1. Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*), Tempat parkir harus di perluas lagi, tempat parkir untuk mobil dan motor alangkah lebih baik dipisahkan, Fasilitas ditambah lagi dengan diadakannya mesin ATM.
2. Dimensi Keandalan (*Reliability*), pelayanan teknis pada PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang sudah lumayan cepat.
3. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*), dalam menghadapi keluhan dari nasabah, sudah berkurang dengan penambahan karyawan.
4. Dimensi Jaminan atau kepastian (*Assurance*), karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang sudah baik, dengan menyapa dan menanyakan keperluan kepada setiap nasabah yang datang dengan menunjukkan sopan santun yang baik.
5. Dimensi Empati (*Emphaty*), PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang bahwa perhatian dan kepedulian karyawan yang diberikan kepada nasabah sudah optimal dengan memberi senyum dan menyapa langsung kepada para nasabah sesuai SOP yang berlaku.

5. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis kepuasan pada PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang, maka dapat disimpulkan bahwa,

1. Pelaksanaan pelayanan pada PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang secara keseluruhan sudah baik, hal tersebut dilihat dari dimensinya yang meliputi aspek bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Namun terdapat beberapa indikator yang belum sesuai dengan harapan nasabah yaitu dilihat dari dimensi bukti fisik dengan indikator fasilitas fisik menyebutkan bahwa kurang luasnya area parkir dan tidak adanya mesin ATM untuk mempermudah transaksi nasabah. Dari dimensi daya tanggap dengan indikator memberikan pelayanan dengan tanggap menyebutkan bahwa sebagian karyawan masih ada yang kurang cekatan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang sehingga dapat menimbulkan kepuasan bagi nasabah dengan apa yang telah diberikan oleh PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang.
2. Upaya meningkatkan kepuasan yang ada pada PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang.
 - a) Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*), Tempat parkir harus di perluas lagi, tempat parkir untuk mobil dan motor alangkah lebih baik dipisahkan, Fasilitas ditambah lagi dengan diadakannya mesin ATM.
 - b) Dimensi Keandalan (*Reliability*), Kepuasan teknis pada PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang sudah lumayan cepat.
 - c) Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*), dalam menghadapi keluhan dari nasabah, sudah berkurang dengan penambahan karyawan.
 - d) Dimensi Jaminan atau kepastian (*Assurance*), karyawan PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang sudah baik, dengan menyapa dan menanyakan keperluan kepada setiap nasabah yang datang dengan menunjukkan sopan santun yang baik.
 - e) Dimensi Empati (*Emphaty*), PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang bahwa perhatian dan kepedulian karyawan yang diberikan kepada nasabah sudah optimal dengan memberi senyum dan menyapa langsung kepada para nasabah sesuai SOP yang berlaku.

Berdasarkan kesimpulan tersebut diatas, sehingga peneliti mencoba memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pihak PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kantor Kas Wado Sumedang agar dapat melaksanakan determinasi prinsip Kepuasan secara menyeluruh sesuai dengan kemampuan dan kedudukan fasilitas yang ada, mengingat determinasi prinsip kualitas kepuasan tersebut sangat membantu dalam mencapai tujuan kepuasan keadaan nasabah, yaitu:

- a. Lebih memperhatikan tentang pentingnya kepuasan, yaitu dengan mengikutsertakan karyawan dalam kegiatan penataran kursus.
 - b. Mendayagunakan fasilitas kepuasan yang ada sambil berupaya mencari jalan lain untuk menyediakan fasilitas tambahan baru.
2. Diharapkan perusahaan dapat mewujudkan harapan nasabah dengan di luasnya area parkir serta di pisahkannya parkir mobil dan motor. Ditambah lagi fasilitas fisik seperti adanya mesin ATM agar dapat mempermudah transaksi nasabah.

ACKNOWLEDGEMENTS

Pada kesempatan ini kami menyampaikan rasa syukur dan terima kasih atas dukungan dan sumbangan pemikirannya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan sesuai target, kepada Ketua Yayasan Pendidikan Sebelas April (YPSA) Sumedang, Owner dan manager marketing CV. Cemara Agung Motor Sumedang, Civitas akademika dilingkungan YPSA yang telah memberikan saran dan kritiknya serta dukungan finansial semoga berkah dan bermanfaat.

REFERENCE

- Alma, Buchori. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Khoirista Afrinda dkk. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya. Universitas Brawijaya Malang.
- Kotler Philip, Keller K. L. 2014. Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta
- Malau, Herman. 2018. Manajemen Pemasaran. Bandung: alfabeta
- Nilasari Eswika dan Istiatin. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Universitas Islam Batik Surakarta.
- Nuraini, Mawarti. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan Puskesmas Terhadap Kepuasan Ibu Hamil. Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Manajemen Pelayanan Prima. Bandung: Alfabeta.
- Rukmi. 2017. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Toko Oleh-oleh. Institut Teknologi Nasional.
- Sugiono. 2017. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sunarti Apriani dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Universitas Brawijaya Malang.
- Tjiptono, Fandi. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset CV
- <https://www.akuntansilengkap.com> (diakses 20 Februari)
- <https://www.id.wikipedia.org/wiki/Bank> Perkreditan Rakyat (diakses 7 Februari).
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perBankan/Pages/Bank-Umum.aspx> (diakses 7 Februari).
- https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Perkreditan_Rakya