

**TUGAS AKHIR**

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH KREDIT KONSUMTIF PADA PT. BANK  
LAMPUNG CABANG METRO**

Oleh :

**PUTRI SULISTIANA**

**NPM. 14123218**



**Jurusan : Diploma Tiga (DIII) Perbankan Syari'ah**

**Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1440 H / 2019 M**

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH KREDIT KONSUMTIF PADA PT. BANK  
LAMPUNG CABANG METRO**

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna memperoleh Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syariah**

**Disusun Oleh :  
PUTRI SULISTIANA  
NPM. 14123218**

**Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Pembimbing : Zumaroh, M.E.Sy**

**Jurusan : Diploma Tiga (DIII) Perbankan Syari'ah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1440 H / 2019 M**

## PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH KREDIT KONSUMTIF  
PADA PT. BANK LAMPUNG CABANG METRO**

Nama : PUTRI SULISTIANA

NPM : 14123218

Jurusan : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

### MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Metro Lampung.

Pembimbing,



**Zumaroh, M.E.Sy**

NIP. 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

No: 0322 / In. 28.3 / D / PP. 00.9 / 01 / 2019

Tugas Akhir dengan judul: PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT KONSUMTIF PADA PT.BANK LAMPUNG CABANG METRO, disusun oleh Nama: Putri Sulistiana, NPM: 14123218, Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah, telah diujikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu/16 Januari 2019, Kampus II (Gedung Khadijah Binti Khuwalid.I.1).

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**

Ketua/Moderator : Siti Zulaikha, S.Ag., MH


Penguji I : Rina El Maza, M.S.I

Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum**  
NIP. 19720923 200003 2 002

## ABSTRAK

### PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT KONSUMTIF PADA PT. BANK LAMPUNG CABANG METRO

Oleh :  
**PUTRI SULISTIANA**  
NPM. 14123218

Bank pada hakikatnya adalah lembaga intermediasi antara penabung dan investor. Tabungan hanya berguna apabila diinvestasikan, sedangkan para penabung tidak mampu untuk melakukannya sendiri dengan trampil dan sukses. Nasabah mau menyimpan dananya di bank karena percaya bahwa dapat memilih alternatif investasi yang menarik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah kredit konsumtif pada PT. Bank Lampung Cabang Metro. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan atau *field research* dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Untuk mengetahui kepuasan konsumen atau nasabah kita perlu melihat dari perilaku konsumen atau nasabah itu sendiri. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan, tepatnya pada PT. Bank Lampung Cabang Metro adalah dengan menerapkan masalah kualitas pelayanan. Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh PT. Bank Lampung Cabang Metro selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi pada kepuasan nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu *tangible* (layanan bukti fisik), *reability* (layanan kehandalan), *responsiveness* (layanan tanggapan), *assurance* (layanan jaminan), *emphaty* (layanan empati) pada kepuasan nasabah PT. Bank Lampung Cabang Metro.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Sulistiana  
NPM : 14123218  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 17 Januari 2019

Yang Menyatakan



**PUTRI SULISTIANA**

NPM. 14123218

## MOTTO

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ

اللَّهِ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

“Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu).  
Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”

(QS. An Nahl : 91)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Saya persembahkan tugas akhir ini teruntuk:

1. Terimakasih kepada Allah SWT., yang telah memberikan nyawa, karena ridha-Nya, saya bisa bertahan sampai saat ini.
2. Terimakasih untuk cinta dan kasih sayang Ayahanda Suhendi dan Ibunda Suanah yang menjadikan saya jauh lebih semangat dalam menjalankan hidup dengan kasih sayang, nasihat dan doa yang tak pernah putus. Mereka adalah definisi dari kekuatan dan bahagia.
3. Terimakasih untuk kakak-kakak saya Hesti, Eva dan Siska yang selalu memberikan semangat serta dukungan untuk saya. Sekaligus adik saya Ghina.
4. Terimakasih banyak kepada Ibunda Zumaroh, M.E.Sy yang telah membimbing saya dalam penulisan tugas akhir ini sampai dengan selesai, dan mengarahkan serta menasihati saya dalam keadaan apapun.
5. Terimakasih kepada Pihak PT. Bank Lampung Cabang Metro.
6. Terimakasih untuk rekan-rekan seperjuangan D-III Perbankan Syariah tahun 2014.



## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Konsumtif Pada PT. Bank Lampung Cabang Metro”.

Dalam upaya menyelesaikan Tugas Akhir ini, peneliti telah menerima banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan yang di berikan oleh:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku Pembimbing dalam penulisan Tugas Akhir.
4. Ibu dan Bapak Dosen serta Staff/Karyawan IAIN Metro.
5. Segenap staff/karyawan PT. Bank Lampung Cabang Metro, yang telah bersedia meluangkan waktunya guna memberikan informasi, ilmu, dan pengetahuan selama peneliti melakukan penelitian.
6. Serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, sehingga kritik dan saran sangatlah diharapkan oleh peneliti demi perbaikan dan pembaharuan di masa yang akan datang. Dalam hal ini, peneliti telah mencurahkan segala kemampuan yang dimiliki untuk menyelesaikan tugas akhir, tetapi sebagai manusia biasa tidak luput dari kesalahan dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat.

Metro, Januari 2019



**Putri Sulistiana**  
NPM. 14123218

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>E. Metodologi Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>F. Sistematika Pembahasan .....</b>	<b>12</b>

### **BAB II LANDASAN TEORI**

<b>A. KREDIT KONSUMTIF .....</b>	<b>14</b>
1. Pengertian Kredit Konsumtif .....	14
<b>B. PELAYANAN PRIMA .....</b>	<b>15</b>
1. Pengertian Pelayanan Prima .....	15
2. Tujuan Pelayanan Prima .....	17
3. Kriteria Pelayanan Prima .....	18

<b>C. KUALITAS PELAYANAN .....</b>	<b>20</b>
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	20
2. Pengertian Kualitas Jasa .....	21
3. Ukuran Kualitas Pelayanan .....	22
<b>D. KEPUASAN NASABAH .....</b>	<b>23</b>
1. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	23
2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah .....	24
3. Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah .....	27

### **BAB III PEMBAHASAN**

<b>A. PROFIL PT. BANK LAMPUNG CABANG METRO.....</b>	<b>30</b>
1. Sejarah Singkat PT. Bank Lampung Cabang Metro.....	30
2. Visi dan Misi PT. Bank Lampung Cabang Metro.....	32
3. Struktur Organisasi PT. Bank Lampung Cabang Metro.....	33
4. Produk-produk PT. Bank Lampung Cabang Metro.....	36
<b>B. PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT KONSUMTIF PADA PT. BANK LAMPUNG CABANG METRO .....</b>	<b>37</b>

### **BAB IV PENUTUP**

<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>52</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>52</b>

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Bank Lampung Cabang Metro

36

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Pembimbing Tugas Akhir
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Keterangan Bebas Pustaka
4. Kartu Keterangan Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kegiatan perekonomian suatu negara tidak terlepas dari lalu lintas pembayaran uang, dimana lembaga keuangan memberikan peranan penting dalam mengatur kegiatan perekonomian suatu negara. Pada umumnya orang beranggapan lembaga keuangan merupakan suatu lembaga yang kegiatan sehari-harinya berkaitan dengan uang. Lembaga keuangan adalah suatu badan usaha yang asset utamanya berbentuk asset keuangan maupun tagihan-tagihan yang dapat berupa saham, obligasi dan pinjaman daripada aktiva riil misalnya bangunan, perlengkapan dan bahan baku.<sup>1</sup>

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>2</sup> Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>3</sup>

Sedangkan di Indonesia terdapat Bank Umum dimana bank umum melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan

---

<sup>1</sup> Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h.2

<sup>2</sup> Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Bab 1 Pasal 1 Butir 1.

<sup>3</sup> Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Bab 1 Pasal 1 Butir 2.

prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Bank konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan oleh nasabah tergantung dari akad perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syariat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam.<sup>4</sup>

Sehubungan dengan makin berkembangnya perbankan di Indonesia, maka untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, setiap bank harus memperbaiki sistem pelayanannya agar mampu bertahan ditengah masyarakat. Salah satunya yaitu dengan menentukan *pelayanan prima*, yakni sikap atau cara karyawan untuk melayani nasabah secara memuaskan, kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi jika petugas bank lebih mengenal sifat dan karakter dari para nasabah.

Dengan meningkatkan mutu pelayanan merupakan suatu cara dalam mempertahankan nasabah. Kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan perbankan terus berkembang dari waktu ke waktu. Hal ini didasarkan pada

---

<sup>4</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 32



meningkatnya penghimpunan dan penyaluran dana perbankan. Perkembangan perbankan terlihat dari semakin tingginya kompetisi antar penyedia jasa keuangan, hal ini akan berdampak pada tingginya tuntutan nasabah terhadap pelayanan prima.

Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya keseluruhan karyawan bukan hanya pada bagian *front liner* yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga karyawan pada bagian *back office* yang menghasilkan pelayanan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelayanan bank dalam hubungannya dengan kepuasan adalah *service excellent* atau pelayanan prima.

Dalam pelayanan, kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian terhadap apa yang diharapkannya setelah menggunakan suatu produk jasa bank. Kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>5</sup>

Harapan tersebut yang kemudian dibandingkan dengan persepsi terhadap kualitas yang diterimanya dengan menggunakan produk jasa itu. Jika harapannya lebih tinggi daripada kualitas produk jasa, nasabah akan merasa tidak puas. Begitu sebaliknya, jika harapannya sama atau sebanding dengan kualitas produk jasa, maka nasabah akan merasa puas.

---

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Afset, 1997), h.24

Nasabah memang seharusnya diberikan pelayanan yang baik dan cepat berkaitan dengan transaksi bank. Apabila diabaikan maupun pelayanannya yang kurang cepat, maka mereka akan meninggalkan perusahaan atau bank tersebut dan menjadi nasabah di perusahaan atau bank pesaing. Hal ini yang akan menyebabkan penurunan pendapatan bank dan bahkan dapat menimbulkan kerugian. Oleh karena itu, perbankan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan nasabah agar dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang telah dirasakan oleh nasabah bank yang bersangkutan.

Pelayanan prima itu sendiri sangat penting karena menjadi tolak ukur keberhasilan suatu bank. Dalam melaksanakan kegiatan penyediaan jasa perbankan bagi nasabahnya, PT. Bank Lampung Cabang Metro dihadapi pada beberapa masalah yang menyangkut operasionalnya. Permasalahan tersebut tidak hanya dihadapi oleh bagian *front liner* tetapi juga pada bagian *back office* terutama pada bagian kredit. Salah satu upaya yang harus dilakukan oleh PT. Bank Lampung Cabang Metro adalah dengan menjaga kualitas pelayanan pada setiap unit kerjanya.

Dilihat dari total nasabah, khususnya nasabah kredit konsumtif PT. Bank Lampung Cabang Metro yaitu sebanyak 1.377 nasabah dari tahun 2015 hingga tahun 2017 dengan total plafon pinjaman sebesar Rp 143.635.500.000,- Kredit konsumtif itu sendiri merupakan kredit yang ditujukan untuk membiayai kebutuhan nasabah, terutama yang berhubungan dengan kegiatan konsumtif. Kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang

Metro diperuntukkan bagi para Pegawai Negeri Sipil, baik yang masih berstatus aktif maupun sudah pensiun.

Mengingat banyaknya jumlah nasabah kredit konsumtif yang bertransaksi di PT. Bank Lampung Cabang Metro, maka bank harus meningkatkan pelayanannya, dengan harapan agar nasabah merasa puas dan kedepannya akan tetap bertransaksi dengan bank, sehingga akan mempengaruhi citra positif bank dimata masyarakat.

Sebagai salah satu contoh, sebelum adanya marketing, nasabah harus mengurus semua persyaratannya sendiri, seperti meminta tanda tangan ke dinas terkait masing-masing guna kevalidan berkas kredit. Hal ini tentunya memberatkan nasabah, karena nasabah menginginkan proses yang praktis dan cepat. Maka sebagai salah satu upaya guna meningkatkan pelayanan prima, bank berinisiatif untuk menempatkan karyawan dibagian marketing yang nantinya diamanatkan untuk menangani semua berkas pengajuan kredit atau persyaratan yang diperlukan, sehingga nasabah tidak perlu repot untuk menanganinya sendiri.

Dengan demikian peneliti ingin mengetahui apakah pelayanan prima yang dilakukan oleh PT. Bank Lampung Cabang Metro telah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Konsumtif Pada PT. Bank Lampung Cabang Metro”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang sebagaimana diuraikan diatas, dapat di rumuskan permasalahan Penelitian yaitu “Bagaimana Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Konsumtif Pada PT. Bank Lampung Cabang Metro?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro.

## **D. Manfaat Penulisan**

### **1. Manfaat Secara Teoritis**

Menambah khazanah pengetahuan di bidang ekonomi dan perbankan pada umumnya, serta menambah wacana keilmuan khususnya terkait dengan pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah.

### **2. Manfaat Secara Praktis**

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan bagi PT. Bank Lampung Cabang Metro dalam meningkatkan pelayanan prima untuk menjaga kepuasan nasabah kredit konsumtif.

- b. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan bagi masyarakat yang sudah dan/atau belum menjadi nasabah, untuk memilih bank dengan pelayanan terbaik.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Sifat Penelitian**

#### **a. Jenis Penelitian**

Jenis dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi penelitian untuk menyediakan gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.<sup>6</sup> Penelitian lapangan dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya. Penelitian lapangan ini pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Pada prinsipnya penelitian lapangan ini bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam masyarakat.<sup>7</sup>

Penelitian ini berlokasi di PT. Bank Lampung Cabang Metro yang beralamatkan di Jalan Ahmad Yani Nomor 16, Kelurahan Yosorejo, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, Lampung (34124).

---

<sup>6</sup>Abdurahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknis Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011), h.9

<sup>7</sup>Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h.28.

## b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif kualitatif*, yaitu penjabaran atau pemaparan sesuatu yang aktual tentang pengaruh pelayanan prima terhadap nasabah kredit PT. Bank Lampung Cabang Metro. Penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan.<sup>8</sup>

Penelitian *kualitatif* adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.<sup>9</sup>

Sifat penelitian ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Nasabah Kredit Konsumtif Pada PT. Bank Lampung Cabang Metro.

## 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Menurut Sumadi Suryabrata, yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek data yang diperoleh dari sebuah

---

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed. rev., cet Ke-14 (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 3.

<sup>9</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Ed. Revisi, Cet. Ke-30 (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012), h. 6.

penelitian.<sup>10</sup> Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>11</sup> Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Kepala Cabang PT. Bank Lampung Cabang Metro, Penyelia Administrasi Kredit dan Asisten Penyelia Administrasi Kredit di PT. Bank Lampung Cabang Metro serta 5 orang nasabah kredit konsumtif, yang dipilih dengan metode *simple random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak dari jumlah nasabah kredit konsumtif yang dilayani setiap harinya di PT. Bank Lampung Cabang Metro.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua setelah sumber data primer. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen seperti (tabel, data-data rapat). Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung.<sup>12</sup>

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku referensi tentang pelayanan bank dan kepuasan nasabah, Buku

---

<sup>10</sup> Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h.38.

<sup>11</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 42

<sup>12</sup> Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h.39.

Pedoman Pelayanan PT. Bank Lampung Cabang Metro serta dokumen-dokumen, seperti file, brosur, dan arsip berisi data dan jumlah nasabah, khususnya nasabah bagian kredit konsumtif.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Wawancara

Wawancara yaitu percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara, yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara, yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>13</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis wawancara semi-terstruktur. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.<sup>14</sup>

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan Bapak A. Karuli Syahrie selaku Kepala Cabang PT. Bank Lampung Cabang Metro, Bapak Rudiansyah Praja selaku Penyelia Administrasi Kredit dan Ibu Tutut Wahyuning selaku Asisten Penyelia Administrasi

---

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 233.



Kredit PT. Bank Lampung Cabang Metro serta DN, LD, FB, CN dan DM selaku nasabah kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro.

b. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal kata ‘dokumen’, yang artinya barang-barang tertulis.<sup>15</sup> Peneliti mendapatkan informasi dari beberapa dokumen, seperti buku-buku referensi tentang pelayanan bank dan kepuasan nasabah, Buku Pedoman Pelayanan PT. Bank Lampung Cabang Metro serta dokumen-dokumen dari PT. Bank Lampung Cabang Metro, seperti file, brosur, dan arsip berisi data dan jumlah nasabah, khususnya nasabah bagian kredit konsumtif.

#### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>16</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif .

Cara berfikir induktif berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus, kemudian diteliti dan akhirnya ditemui pemecahan persoalan

---

<sup>15</sup> Suhasimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h. 201.

<sup>16</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h. 248

yang bersifat umum.<sup>17</sup> Deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisa dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada.<sup>18</sup>

Dalam penerapannya, penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu peneliti menganalisa tentang beberapa upaya pelayanan prima yang dilakukan bank guna meningkatkan mutu pelayanannya, serta mendeskripsikan hasil penilaian dari beberapa nasabah untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah sebagai pengaruh dari pelayanan yang diberikan. Serta cara berfikir induktif, yaitu peneliti menemukan fakta-fakta khusus terkait salah satu alasan ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan bank, kemudian menganalisa pelayanan prima yang dilakukan bank untuk mengatasi ketidakpuasan nasabah.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam hal ini penulis menguraikan sub bab yang meliputi latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian.

---

<sup>17</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 21.

<sup>18</sup> *Ibid.*, h. 26.

## BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai kredit meliputi pengertian pelayanan prima, tujuan pelayanan prima, kriteria pelayanan prima . Dan sub bab dari kepuasan nasabah meliputi pengertian kepuasan nasabah, faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan pengukuran tingkat kepuasan nasabah.

## BAB III PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang sejarah PT. Bank Lampung Cabang Metro, visi dan misi PT. Bank Lampung Cabang Metro, struktur organisasi PT. Bank Lampung Cabang Metro, produk-produk PT. Bank Lampung Cabang Metro, pelayanan prima pada PT. Bank Lampung Cabang Metro, dan pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah kredit PT. Bank Lampung Cabang Metro.

## BAB IV PENUTUP

Dan bagian terakhir yang merupakan BAB Penutup yang akan memuat tentang kesimpulan dari pembahasan dalam penelitian dan saran peneliti kepada pembaca.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. KREDIT KONSUMTIF**

##### **1. Pengertian Kredit Konsumtif**

Dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998, kredit adalah suatu penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antar bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Berdasarkan tujuan atau penggunaannya, kredit dibagi menjadi 3, yaitu kredit modal kerja, kredit investasi dan kredit konsumtif. Kredit konsumtif merupakan kredit yang dipergunakan untuk kebutuhan sendiri bersama keluarganya, seperti kredit rumah atau mobil yang akan digunakan sendiri bersama keluarganya.<sup>19</sup>

Kredit konsumtif adalah kredit yang diberikan oleh bank untuk memenuhi keperluan secara konsumtif seperti pembelian mobil atau motor, dan juga keperluan konsumtif lainnya berupa biaya pendidikan dan lain sebagainya. Secara umum, kredit konsumtif digunakan peminjam untuk keperluan konsumsi, yang artinya uang kredit akan habis dipergunakan atau semua akan terpakai untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Malayu Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta : PT.Bumi Aksara, 2008), h.88

<sup>20</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2002), h.48

## **B. PELAYANAN PRIMA**

### **1. Pengertian Pelayanan Prima**

Pengertian pelayanan prima berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak pelanggannya (konsumen).<sup>21</sup>

*Service excellent* atau pelayanan prima adalah bagaimana membuat pelanggan merasa penting dan diistimewakan. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Barata yang mengatakan bahwa *service excellent* merupakan pengembangan dari *costumer care* dan *costumer service*, dalam memberikan layanan terbaik pada pelanggan harus berorientasi kepada kepentingan para pelanggan sehingga memungkinkan kita mampu memberikan kepuasan yang optimal.<sup>22</sup>

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *service excellent* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik, pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan), jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 279

<sup>22</sup> Suharto Abdul Majid, *Costumer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada), h. 59

<sup>23</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 211

Pelayanan prima adalah salah satu cara untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan.<sup>24</sup> Pengertian pelayanan prima atau layanan unggulan pada nasabah itu sendiri dapat diperluas menjadi bagaimana pihak pemberi layanan, dalam hal ini pihak bank memberikan layanan secara maksimal kepada nasabah, dan kesiapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara professional.<sup>25</sup>

Pelayanan prima adalah yang bermutu tinggi, layanan yang istimewa yang terbaik dan layanan yang prima. Yang patut digaris bawahi, bahwa didalam definisi pelayanan prima minimal harus ada tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan upaya melayani dengan tindakan terbaik, dan ada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi kepada standar pelayanan tertentu.<sup>26</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwasanya pelayanan prima adalah upaya untuk memberikan rasa kepuasan terhadap nasabah dengan berorientasi atas standar pelayanan tertentu. Pelayanan prima juga berorientasi pada pendekatan sikap terhadap nasabah.

## **2. Tujuan Pelayanan Prima**

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan

---

<sup>24</sup>Djamaludin Ancok, *Psikologi Kepemimpinan & Inovasi*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 207

<sup>25</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 76

<sup>26</sup> Suharto Abdul Majid, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), h.60

fokus pelayanan kepada pelanggan, pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan perusahaan kepada masyarakat sebagai pelanggan dan acuan untuk mengembangkan standar pelayanan <sup>27</sup>

Tujuan dari pelayanan prima (*service excellent*) adalah menciptakan image bagi perusahaan. Disamping itu, tujuan lainnya adalah sebagai berikut:

a. Mendorong *customer* untuk kembali

Artinya setiap interaksi dengan *customer* bertujuan untuk membuatnya kembali lagi melalui keramah-tamahan, perhatian yang tulus, mengesankan dan pelayanan yang memuaskan.

b. Menciptakan hubungan saling percaya

Artinya menunjukkan pada *customer* bahwa kita mengerti apa yang sudah mereka inginkan, mau menerima dan merasa terlibat dalam persoalan pihak pelanggan sehingga tercipta suatu hubungan saling percaya (*mutually appreciation*). Hal tersebut dapat diraih melalui cara dan sikap seperti berikut ini:

1) Terbuka

Menciptakan suasana akrab, misalnya jabat tangan, menanyakan sesuatu yang perlu dibantu, mohon maaf atas keterlambatan dan sebagainya.

2) *Thank*

Mengucapkan terimakasih atas kedatangannya

---

<sup>27</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.215.

3) *Let them talk*

Memberikan *costumer* bicara mengemukakan keperluannya dan keinginannya

4) Minta izin untuk mengajukan pertanyaan dan menjelaskan bahwa dengan memahami akan masalah kebutuhannya, dan pihak *costumer* akan mendapatkan pelayanan serta solusi yang terbaik.<sup>28</sup>

Tujuan dari pelayanan prima yang telah diberikan oleh perusahaan bersangkutan, yaitu:

- a. Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya
- b. Tetap menjaga agar konsumen merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan atau keinginannya
- c. Upaya mempertahankan konsumen agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.<sup>29</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari pelayanan prima yakni untuk memberikan rasa puas dan memenuhi atas keinginan konsumen, selain hal tersebut pelayanan prima diberikan agar konsumen kembali lagi dan menumbuhkan hubungan saling percaya.

### **3. Kriteria Pelayanan Prima**

Ada 10 kriteria pelayanan prima, yaitu:

- a. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

---

<sup>28</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h.292

<sup>29</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 180



Karyawan harus dapat diandalkan oleh nasabah dalam mengatasi segala masalah yang timbul kepada diri nasabah.

- b. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu kemampuan untuk menolong nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik. Karyawan harus tanggap dalam membantu nasabah yang kesulitan.
- c. *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas, fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi.
- d. *Competence* (kemampuan), yaitu kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik kepada nasabah.
- e. *Acces* (mudah diperoleh), yaitu kemudahan untuk mendapatkan pelayanan yang diinginkan (tidak berbelit-belit).
- f. *Courtesy* (keramahan), yaitu sopan santun petugas bank dalam menghadapi masalah
- g. *Credibility* (dapat dipercaya), yaitu pelayanan yang diberikan itu benar-benar dapat dipercaya nasabah.
- h. *Security* (keamanan), yaitu jaminan keamanan bagi nasabah, nasabah tidak perlu takut dananya hilang atau rusak, sebab bank mampu menjaga dengan baik dana nasabahnya. Untuk memberikan rasa aman ini, dana nasabah telah dijaminan kepada Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).
- i. *Understanding* (memahami nasabah), yaitu terjadinya saling pengertian antara nasabah dan petugas bank.

- j. *Communication* (komunikasi), yaitu kemampuan dan berkomunikasi secara lancar benar dan meyakinkan.<sup>30</sup>

## C. KUALITAS PELAYANAN

### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Perlu dipahami bahwa layanan (*service*) berasal dari orang-orang (pegawai atau karyawan) bukan dari organisasi atau perusahaan. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Kualitas pelayanan adalah sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan. Tujuan utama dalam berbisnis adalah menghasilkan pelanggan yang puas dan setia yang akan terus menerus menjalin hubungan dengan perusahaan. Oleh karena itu, memberikan mutu yang tinggi dan pelayanan yang prima adalah suatu keharusan agar pelanggan puas dan setia.

Kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>31</sup> Pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat nasabah.<sup>32</sup>

Pelayanan pelanggan adalah kemampuan perusahaan atau bank dalam memberikan pelayanan yang baik atau memuaskan sehingga pelanggan atau nasabah tertarik akan produk atau jasa tersebut. Pelayanan

---

<sup>30</sup> *Ibid.*,

<sup>31</sup> Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), h.56

<sup>32</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2004), Cetakan Ke-6, h. 47

merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya transaksi.

## **2. Pengertian Kualitas Jasa**

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>33</sup> Sedangkan kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan. Juga dapat digambarkan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas jasa merupakan usaha pemenuhan dari keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Juga dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dalam pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas jasa, yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan.<sup>34</sup>

Dari definisi diatas, dapat dipahami bahwa sebuah perusahaan tidak dapat mengklaim diri telah memberikan kualitas terbaik melalui produk atau jasa pada pelanggan, sebab yang dapat mengambil kesimpulan baik

---

<sup>33</sup> Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), h.486

<sup>34</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Yogyakarta : Andy Afset, 2005), h.260.

atau tidaknya kinerja sebuah produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan hanyalah konsumen atau pelanggan.

### 3. Ukuran Kualitas Pelayanan

Mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan dimensi *Service Quality (SERVQUAL)* yaitu:

a. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti Fisik (*Tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan, sarana dan prasarana fisik serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fisik berupa gedung, gudang dan lainnya. Perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan atau nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan atau nasabah pada perusahaan.

e. Perhatian (*Empathy*)

Perhatian (*Empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada para nasabah yang berupaya memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>35</sup>

## D. KEPUASAN NASABAH

### 1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.<sup>36</sup>

Menurut Woodruff dan Gradiak mendefinisikan kepuasan sebagai model kesenjangan antara harapan (standar kinerja yang seharusnya) dengan kinerja nyata yang diterima pelanggan.<sup>37</sup> Sementara nasabah didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank, sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.<sup>38</sup>

Kepuasan pelanggan adalah salah satu cara yang strategis untuk membangun keunggulan perusahaan.<sup>39</sup> Sementara menurut Nasution, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana, yaitu suatu

---

<sup>35</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Yogyakarta : Andi Afset, 2005), h.189

<sup>36</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Pelayanan, Kualitas dan Kepuasan*, (Yogyakarta: Andi Offset,2010), h. 292

<sup>37</sup> S. Supriyanto, MS, *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 311

<sup>38</sup> M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 189.

<sup>39</sup> Djamaludin Ancok, *Psikologi Kepemimpinan & Inovasi*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h.207

keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.<sup>40</sup>

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang telah ia terima dan harapannya.<sup>41</sup> Sedangkan Mowendan Minor mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.<sup>42</sup>

Berdasarkan pengertian kepuasan nasabah dari beberapa ahli tersebut, maka dipahami bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan seseorang yang sudah menjadi pelanggan dalam jasa suatu bank yang tingkat perasaannya merasa senang atau puas, terhadap kinerja atau hasil yang diberikan oleh perusahaan karena sesuai dengan harapannya.

## **2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Beberapa definisi yang diberikan di atas menitikberatkan pada kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk atau jasa, pengertian tersebut juga dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat.

Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai

---

<sup>40</sup> Suharto Abdul Majid, *Costumer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), h.50

<sup>41</sup> Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), h. 88

<sup>42</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h.233

faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur menurut Fandy Tjiptono (2004: 25) antara lain meliputi<sup>43</sup>:

- a. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti dash board, AC, sound system, door lock system, power steering dan sebagainya.
- c. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mesin penghitung uang atau mesin ATM PT. Bank Papua Cabang DIY tidak sering macet/rusak.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti standar mesin ATM dan mesin untuk menghitung uang tentunya kualitasnya harus lebih baik atau berkualitas tinggi.

---

<sup>43</sup> Fandy tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Andi, 2004), h.25

- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan fasilitas atau produk.
- f. *Service ability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik, warna model/desain dan sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan maupun negara pembuatnya.<sup>44</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat kita ketahui bahwa dalam mengevaluasi kepuasan nasabah terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa. Umumnya yang sering digunakan konsumen adalah aspek pelayanan dan kualitas barang atau jasa yang dibeli.

---

<sup>44</sup> *Ibid.*,



### 3. Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah

Pengukuran kepuasan nasabah adalah mutlak diperlukan untuk dua hal. Pertama, agar perusahaan tidak membuang uang percuma. Tanpa pengukuran, perusahaan tidak akan mampu untuk menentukan prioritas perbaikan kualitas produk atau pelayanan yang diharapkan oleh pelanggannya. Kedua, agar perusahaan dapat menggalang komitmen dari semua lapisan karyawannya untuk terlibat dalam proses peningkatan kepuasan pelanggan.<sup>45</sup> Sementara hasil pengukuran kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas.

Tanpa adanya tindakan untuk melakukan koreksi atau perbaikan hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan menjadi tidak bermanfaat. Padahal tujuan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa.

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya. Ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, diantaranya:

#### a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan

---

<sup>45</sup> Handi Irawan, *Indonesia Customer Satisfaction*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003), h. 6

nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

c. *Los Costumer Analysis*

Sedapat mungkin perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan kebaikan/penyempurnaan selanjutnya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagai riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei (McNeal & Lamb, dikutip dalam Peterson & Wilson, 1992) baik survey melalui pos, telepon, e-mail, websites, maupun wawancara langsung.<sup>46</sup>

Menurut Richard F.Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan cara :

- a. Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan
- b. Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan

---

<sup>46</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Pelayanan, Kualitas dan Kepuasan*, (Yogyakarta: Andi Offset,2010), h.314-316.

- c. Menutup segala kesenjangan yang ada
- d. Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai dengan harapan atau tidak.<sup>47</sup>

Berdasarkan pemaparan teori diatas dapat disimpulkan bawasannya dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah merupakan hal yang mutlak dilakukan oleh suatu instasi. Hal ini dilakukan guna mengetahui seberapa baik kualitas pelayanan ataupun kualitas suatu produk. Pelaksanaan pengukuran tingkat kepuasan nasabah, haruslah melalui beberapa tahapan, dan melalui *survey* langsung kepada nasabah.

---

<sup>47</sup> Kasmir. *Manajemen Perbankan (Edisi Revisi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h.266

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Profil PT. Bank Lampung Cabang Metro**

##### **1. Sejarah Singkat PT. Bank Lampung Cabang Metro**

PT. Bank Lampung pertama kali didirikan di Bandar Lampung dengan nama Bank Pembangunan Daerah Lampung sesuai dengan ketentuan Pasal 3 Ayat (1) Undang-undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, sebagaimana termasuk dalam Peraturan Daerah Tingkat I Lampung No. 10A/1964 tanggal 01 Agustus 1964 tentang Pembentukan Bank Pembangunan Daerah Lampung, yang telah memperoleh pengesahan dari Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. DES.57/7/31-150 tanggal 26 Juli 1965.<sup>48</sup>

Awal berdirinya PT. Bank Lampung ini berbentuk perusahaan yang kemudian berubah menjadi perseroan terbatas. Sesuai Peraturan Daerah Provinsi Tingkat I Lampung No.2 Tahun 1999 tanggal 31 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum dari Perusahaan Daerah (PD) Bank dan Pembangunan Daerah Lampung menjadi Perseroan Terbatas (PT) Bank Pembangunan Daerah Lampung. Akta pendirian PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung No.5 tanggal 3 Mei 1999 dibuat di hadapan Soekarno,S.H., Notaris di Bandar Lampung telah memperoleh

---

<sup>48</sup> Dokumentasi PT. Bank Lampung Cabang Metro pada 8 Februari 2017

pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. C-8261.HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999.<sup>49</sup>

Sejalan dengan perkembangan kegiatan perekonomian dan perbankan, Bank Lampung guna meningkatkan permodalan bank, daya saing, perluasan produk dan usaha bank serta dalam rangka memberi kesempatan pada masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pemilikan saham, dengan tetap memperhatikan fungsinya sebagai Bank Umum dan Pemegang Kas Daerah. Langkah yang diambil oleh PT. Bank Lampung adalah dengan mengembangkan atau membuka berbagai kantor cabang, kantor cabang pembantu dan kantor kas. Salah satunya adalah PT. Bank Lampung Cabang Metro yang didirikan dan diresmikan pada tahun 1967.

Dengan demikian, diharapkan keberadaan warga masyarakat dapat memanfaatkan keberadaan Bank Lampung yang merupakan bank daerah semaksimal mungkin baik untuk transaksi penyimpanan dana maupun pembiayaan atau kredit guna mendukung usahanya ataupun keperluan lainnya untuk bersama-sama membangun Lampung.

---

<sup>49</sup> Dokumentasi PT. Bank Lampung Cabang Metro pada 8 Februari 2017

## **2. Visi dan Misi PT. Bank Lampung Cabang Metro**

### **a. Visi**

- 1) Menjadi bank yang terkemuka dan terpercaya.
- 2) Sebagai bank yang dicintai dan dimiliki masyarakat.

### **b. Misi**

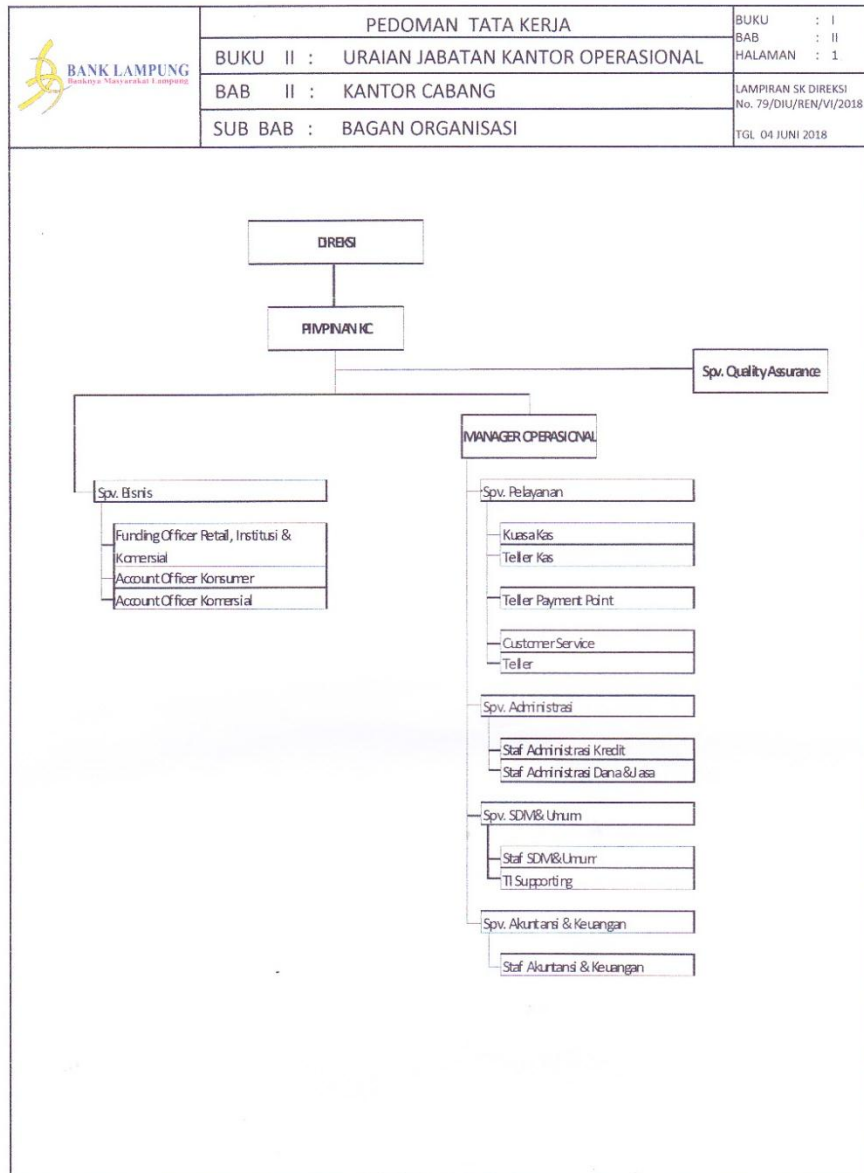
Misi PT. Bank Lampung Cabang Metro adalah:

- 1) Memenuhi kebutuhan masyarakat akan Jasa Perbankan.
- 2) Tersedianya Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan memiliki kompetensi tinggi.
- 3) Memiliki struktur permodalan yang kuat.
- 4) Pengembangan infrastruktur informasi teknologi.
- 5) Meningkatkan kualitas pelayanan produk dan jasa serta *Corporate Image* dimasyarakat.
- 6) Melakukan kerjasama strategis antar Bank dan lembaga lainnya.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Dokumentasi PT. Bank Lampung Cabang Metro pada 8 Februari 2017

### 3. Struktur Organisasi PT. Bank Lampung Cabang Metro



Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Bank Lampung Cabang Metro

Berdasarkan struktur organisasi tersebut dapat dijelaskan tugas, wewenang dan tanggung jawab dari setiap bagian sebagai berikut :

*a. Direksi*

- 1) Direksi wajib bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan untuk kepentingan dan tujuan perseroan serta mewakili

perseroan baik di dalam maupun di luar pengadilan. Sebagai organ atau bagian yang wajib bertanggungjawab, dewan direksi mempertanggungjawabkan kepengurusan itu kepada RUPS;

- 2) Direksi wajib membuat dan memelihara daftar pemegang saham, risalah RUPS dan risalah rapat direksi, menyelenggarakan pembukuan perseroan; melaporkan kepemilikan sahamnya dan keluarga yang dimiliki pada perseroan atau perseroan lain;

*b. Pimpinan Kantor Cabang*

- 1) Membina, mengkoordinasikan dan mengawasi unit-unit kerja di bawahnya untuk mencapai target yang telah ditetapkan.
- 2) Memfungsikan semua unit kerja di bawahnya dan pekerja binaannya dalam melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan guna mewujudkan pelayanan yang sebaik-baiknya.

*c. Supervisor*

Seseorang yang menangani orang-orang yang memproduksi dan atau melakukan kinerja pelayanan dalam kegiatan operasional. Selain itu, supervisor sebagai seseorang yang memastikan bahwa setiap transaksi pembukuan tunai, kliring dan pemindahbukuan sesuai wewenang telah disahkan dengan tepat dan benar untuk menghindari penyalahgunaan wewenang.



d. *Administrasi Kredit (ADK)*

Administrasi Kredit (ADK) memiliki tugas dalam pengurusan berbagai administrasi atau biaya-biaya yang berhubungan dengan kredit atau pembiayaan nasabah. Dan bertugas untuk mencocokkan dan memeriksa kembali berkas milik nasabah pembiayaan atau kredit.

e. *Account Officer (AO)*

Bertugas mencari calon nasabah, melakukan analisis terhadap calon nasabah tersebut berdasarkan pada 5C dan memberikan pembiayaan atau kredit kepada calon nasabah yang melakukan pembiayaan atau kredit sesuai dengan ketentuan dan syarat yang ada pada BRI KCP. Metro Kota. Selain itu juga *account officer (AO)* bertugas untuk mencocokkan dan memeriksa kembali berkas milik nasabah pembiayaan atau kredit.

f. *Teller*

Bagian *Teller* bertugas atas pelaksanaan penerima setoran dan pembayaran tunai atau pemindahbukuan nasabah, mengambil atau menyetor dari atau ke Bank Indonesia atau ke tempat lain sesuai penugasan dan mengamankan serta menyimpan uang tunai, surat-surat berharga, dan membuat laporan sesuai dengan bilangannya.

g. *Customer Service (CS)*

Bagian *Customer service* bertugas memberikan penjelasan kepada nasabah tentang produk, syarat dan tata caranya yang terdapat pada

Bank, melayani pembukaan rekening giro dan tabungan, melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran atau penutupan rekening, cek atau bilyet giro dan melayani keluhan nasabah serta memberikan solusi atas masalah yang berkaitan dengan Bank.

#### **4. Produk PT. Bank Lampung Cabang Metro**

##### **a. Pendanaan**

Pendanaan di PT. Bank Lampung Cabang Metro dilakukan dengan atau melalui dana bentuk tabungan/simpanan, giro dan deposit. Bentuk pendanaan yang ada di PT. Bank Lampung Cabang Metro adalah sebagai berikut :

- 1) Sigermas
- 2) SimPel (Simpanan Pelajar)
- 3) Tabunganku
- 4) Tabungan Simpeda
- 5) Giro
- 6) Deposito Rupiah

Produk-produk yang ada di PT. Bank Lampung Cabang Metro ini dapat membantu nasabah dalam mengalokasikan tabungannya sesuai dengan kebutuhan.

##### **b. Kredit**

Kredit di PT. Bank Lampung Cabang Metro dapat digunakan untuk keperluan konsumtif, produktif, maupun modal. Ada beberapa produk kredit yang ada di PT. Bank Lampung Cabang Metro antara lain :

- 1) Kredit Aneka Usaha
- 2) Kredit Kontraktor
- 3) Kredit KI/KMK Lainnya
- 4) KMK/KI-KUR
- 5) Kredit Resi Gudang
- 6) Kredit Pantas Pegawai Aktif
- 7) Kredit Pantas Pra Pensiun
- 8) Kredit Pantas Pensiun
- 9) Kredit Lunak Lunik
- 10) Kredit Siger Dewan
- 11) Kredit Perorangan (Personal Loan)

Kredit di PT. Bank Lampung Cabang Metro ini dapat membantu untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya.

## **B. Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Konsumtif pada PT. Bank Lampung Cabang Metro**

Kredit konsumtif merupakan kredit yang ditujukan untuk membiayai kebutuhan nasabah, terutama yang berhubungan dengan kegiatan konsumtif. Kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro diperuntukkan bagi para Pegawai Negeri Sipil, baik yang masih berstatus aktif maupun sudah pensiun. Kebijakan dalam kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro merupakan penerapan dari system kehati-hatian dalam pemberian kreditnya. Terutama pihak bank telah menerapkan prinsip 5 C (*character*,

*capacity, capital, collateral, condition of economics*). Berikut beberapa kebijakan pemberian kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro:<sup>51</sup>

1. Permohonan Kredit
  - a. Permohonan baru untuk mendapat suatu jenis fasilitas kredit
  - b. Permohonan tambahan suatu kredit yang sedang berjalan
2. Penyidikan dan Analisis Kredit
  - a. Wawancara dan pengumpulan data yang berhubungan dengan permohonan kredit yang diajukan nasabah
3. Keputusan atas Permohonan Kredit
  - a. Memperhatikan penilaian syarat sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan
4. Penolakan / Persetujuan Permohonan Kredit
  - a. Apabila ditolak maka disampaikan secara tertulis, dan apabila disetujui maka harus melakukan prosedur selanjutnya serta penandatanganan beberapa surat perjanjian
5. Pencairan Fasilitas Kredit
  - a. Apabila syarat terpenuhi, maka dilakukan penandatanganan perjanjian akad kredit dan pengikatan jaminan, kemudian pencairan dana.

---

<sup>51</sup> Wawancara dengan AKS selaku Kepala Cabang PT. Bank Lampung Cabang Metro pada tanggal 8 Februari 2017

## 6. Pelunasan Fasilitas Kredit

- a. Upaya pemenuhan utang nasabah kepada bank dengan cara mencicil sesuai jangka waktu yang telah disepakati diawal.

Di PT. Bank Lampung Cabang Metro untuk produk kredit konsumtif ada beberapa jenis kredit, antara lain sebagai berikut :

### 1. Kredit Pantas Pegawai aktif

Merupakan fasilitas kredit pegawai yang diperuntukan bagi calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS)/ PNS Otonomi Daerah/ Vertikal atau Pusat, dan Pegawai tetap BUMN/BUMD/Lembaga/Swasta.

Dalam kredit ini, plafon pinjaman yang diberikan oleh bank mulai dari Rp.10.000.000 – Rp.300.000.000 juta dengan jangka waktu maksimal 25 tahun. untuk PNS atau pegawai BUMN/Swasta/Lembaga vertikal yang belum MOU (bekerjasama) tidak bisa mengajukan pinjaman kredit pada PT. Bank Lampung Cabang Metro dikarenakan gaji tidak melalui PT. Bank Lampung Cabang Metro. Pegawai vertikal itu sendiri adalah pegawai yang gajinya tidak melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah. Tetapi, untuk pegawai vertikal yang sudah MOU atau bekerja sama dengan PT. Bank Lampung CabangMetro bisa melakukan pinjaman kredit dengan tambahan jaminan lain. Misalnya, sertifikat rumah dan sertifikat tanah.

## 2. Kredit Lunak Lunik

Merupakan Kredit kecil tanpa anggunan yang diperuntukan untuk Pegawai aktif dengan plafon Rp.1.000.000 – Rp.20.000.000 dengan jangka waktu maksimal 3tahun.

## 3. Kredit Pantas Pra Pensiun

Merupakan fasilitas kredit pegawai yang diperuntukkan bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) Otonomi Daerah hingga melewati batas masa aktif pegawai (Pensiun).

## 4. Kredit Pantas Pensiun

Merupakan fasilitas kredit pegawai yang diperuntukan bagi Pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pensiunan BUMN/BUMD/Swasta/Lembaga, Janda/ Duda Pensiunan, dan Anak Pensiunan.<sup>52</sup>

Pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Lampung Cabang Metro memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan perusahaan atau bank lain, yakni antara lain sebagai berikut:

1. Semua berkas pengajuan kredit atau persyaratannya bisa dengan sistem jemput bola atau bahkan bisa dihandle oleh staff marketing PT. Bank Lampung Cabang Metro.
2. Setelah kelengkapan berkas dirasa sudah cukup memenuhi maka selanjutnya adalah pengajuan. Pada proses ini yang kemudian di lanjutkan dengan proses pencairan yang cepat.

---

<sup>52</sup> Wawancara dengan AKS selaku Kepala Cabang PT. Bank Lampung Cabang Metro pada 8 Februari 2017

3. Kelebihan lainnya adalah tidak dikenakannya biaya administrasi tambahan. Hanya saja calon nasabah atau nasabah diwajibkan untuk membayarkan biaya asuransi.
4. Jika nasabah yang bersangkutan meninggal dunia (wafat), maka kredit atau hutang tidak bertanggung ahli waris tetapi ditanggung oleh asuransi jiwa.<sup>53</sup>

Pada PT. Bank Lampung Cabang Metro, pelayanan prima dan kualitas pelayanan berpengaruh baik bagi nasabahnya. Hal ini dapat dilihat dari total nasabah PT. Bank Lampung Cabang Metro yang mengalami peningkatan dari tahun 2015 ke 2017, sebanyak 1377 nasabah. Dengan rincian ditahun 2015 sebesar 347 nasabah, ditahun 2016 sebesar 482 nasabah dan meningkat ditahun 2017 menjadi 548 nasabah, dengan total pinjaman Rp 143.635.500.000,-<sup>54</sup>

Kualitas pelayanan adalah salah satu unsur indikator bagi konsumen untuk menilai perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan keuangan. Nasabah tentunya menginginkan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas dapat tercermin oleh perusahaan yang menerapkan kinerjanya dari aspek kualitas. Apabila diterapkan secara bersama-sama maka akan mendapatkan kualitas yang prima dan memuaskan, dengan demikian kualitas pelayanan

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan AKS selaku Kepala Cabang PT. Bank Lampung Cabang Metro pada 8 Februari 2017

<sup>54</sup> Wawancara dengan RDP selaku Kepala Administrasi Kredit PT. Bank Lampung Cabang Metro pada tanggal 22 Maret 2017

tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Apabila pelayanan yang diberikan PT. Bank Lampung Cabang Metro semakin baik dan semakin mendekati atau bahkan melampaui harapan nasabah, tentunya akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah pula, khususnya bagian kredit konsumtif.<sup>55</sup>

Menurut teori M. Nur Rianto Al Arif, ada 10 kriteria pelayanan prima, yaitu: *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Competence* (kemampuan), *Acces* (mudah diperoleh), *Courtecy* (keramahan), *Credibility* (dapat dipercaya), *Security* (keamanan), *Understanding* (memahami nasabah), *Communication* (komunikasi).

Hal ini sejalan pula dengan kriteria pelayanan prima yang ada di PT. Bank Lampung Cabang Metro, yaitu keandalan, ketanggapan, kemampuan, keramahan dan komunikasi. Berikut beberapa pelayanan prima yang dilakukan dan menjadi pedoman pelayanan di PT. Bank Lampung Cabang Metro :

1. Memiliki mental yang kuat, disiplin dan kepercayaan diri yang tinggi, jujur dan bertanggung jawab, serta memiliki inisiatif, teliti, cermat dan rajin
2. Memiliki kepribadian yang menarik, ramah, murah senyum, sabar, sopan dan lemah lembut ketika melayani nasabah

---

<sup>55</sup> Wawancara dengan AKS selaku Kepala Cabang PT. Bank Lampung Cabang Metro pada 8 Februari 2017



3. Memiliki jiwa bisnis yang tinggi dan selalu ingin maju, energik, gesit dan cepat tanggap, serta berbicara dan berpikir positif
4. Memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana dan memiliki budi pekerti yang luhur
5. Menguasai bahasa asing, pandai berbicara, luwes dan mudah bergaul
6. Dapat menyesuaikan diri dan bekerjasama dengan berbagai pihak
7. Menyapa nasabah dengan 3 S (senyum, sapa, salam)
8. Merespon dengan cepat ketika menghadapi segala masalah (yang berkaitan dengan bank) dari nasabah
9. Berpenampilan yang rapi, wangi dan sopan
10. Memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap agar pelanggan tidak lama menunggu untuk dilayani
11. Memiliki empati dan toleransi yang tinggi dalam merespon apa yang dirasakan nasabah
12. Menjelaskan prosedur dan produk dari bank dengan menggunakan brosur
13. Menciptakan obrolan yang asyik dan ringan namun tetap sejalan guna mendorong nasabah untuk bertransaksi
14. Meminta dan mencatat identitas nasabah. Apabila ada kekurangan, pihak bank bias segera menghubungi nasabah
15. Menyelesaikan masalah dan memberikan solusi kepada nasabah dengan petunjuk yang sesuai dengan prosedur

16. Memberikan pelayanan dan fasilitas yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.<sup>56</sup>

Berdasarkan penelitian, disimpulkan bahwa karyawan dibagian kredit konsumtif PT. Bank Lampung Cabang Metro telah melakukan upaya pelayanan yang sesuai dengan SOP bank tersebut.

Sebagai salah satu usaha mempertahankan konsumen atau nasabah, PT. Bank Lampung Cabang Metro harus dapat memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dengan demikian dapat dipahami bahwa salah satu faktor yang dapat mendongkrak pangsa pasar suatu perbankan dan juga perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa adalah kualitas pelayanan atau pelayanan prima. Pelayanan prima yang diberikan akan menumbuhkan minat masyarakat kepada bank. Untuk itu, perlu dilakukan sosialisasi perbankan serta memberikan kesan yang baik, yaitu dengan memberikan pelayanan prima yang baik dan berkualitas kepada masyarakat yang bertindak sebagai nasabah atau konsumen.

Menurut teori M. Nur Rianto Al Arif, tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan, pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan RDP selaku Kepala Administrasi Kredit PT. Bank Lampung Cabang Metro pada tanggal 22 Maret 2017

kualitas pelayanan perusahaan kepada masyarakat sebagai pelanggan dan acuan untuk mengembangkan standar pelayanan.

Maka sesuai dengan teori tersebut, pelayanan prima di PT. Bank Lampung Cabang Metro juga dilakukan semata untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Pelayanan prima yang diberikan oleh PT. Bank Lampung Cabang Metro dinilai cukup baik, salah satu contoh ditinjau dari segi pemberian pelayanan dan fasilitas yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Yaitu sebelum adanya marketing, nasabah harus mengurus semua persyaratannya sendiri, seperti meminta tanda tangan ke dinas terkait masing-masing guna kevalidan berkas kredit saat mengajukan permohonan kredit. Hal ini tentunya memberatkan nasabah, karena nasabah menginginkan proses yang praktis dan cepat.

Maka sebagai salah satu upaya guna meningkatkan pelayanannya, bank berinisiatif untuk menempatkan karyawan dibagian marketing yang nantinya diamanatkan untuk menangani semua berkas pengajuan kredit atau persyaratan yang diperlukan, sehingga nasabah tidak perlu repot untuk menanganinya sendiri. Setelah adanya karyawan marketing ini pula perkembangan produk kredit di PT. Bank Lampung Cabang Metro menjadi lebih pesat dari sebelumnya.<sup>57</sup>

Dengan adanya tenaga marketing dibagian kredit konsumtif, maka transaksi yang dilakukan akan lebih mudah dan praktis. Marketing di

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan TW selaku Asisten Administrasi Kredit PT. Bank Lampung Cabang Metro pada tanggal 25 Maret 2017

PT. Bank Lampung Cabang Metro bertanggungjawab untuk memberikan pelayanan primanya kepada nasabah. Beberapa tugas yang diberikan kepada tenaga marketing antara lain, yaitu karena proses pengajuan kredit tidak harus selalu dilakukan di bank, namun juga dapat dilakukan di tempat yang dikehendaki oleh nasabah, seperti di rumah, tempat makan, kantor nasabah, maupun tempat lainnya yang memungkinkan, maka tenaga marketing yang akan mendatangi nasabah.

Kemudian banyaknya berkas pengajuan atau persyaratan kredit yang harus diurus, dan sebagian perlu adanya tandatangan dari dinas terkait, pada awalnya sangat menyulitkan nasabah. Untuk itu, tenaga marketing diperlukan untuk menangani dan mengurus semua pengajuan kredit, termasuk mendatangi dinas terkait guna penandatanganan persyaratan nasabah. Dengan diberikannya tugas tersebut kepada marketing, maka transaksi yang dilakukan menjadi lebih mudah dan praktis. Hal tersebut tentunya berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah. Nasabah menjadi semakin puas atas pelayanan yang diberikan oleh bank.<sup>58</sup>

Keluhan nasabah lainnya yaitu permasalahan pembagian wilayah. Nasabah yang akan melakukan pinjaman kredit harus sesuai dengan wilayah tempat bekerja nasabah itu sendiri. Hal ini tentunya memberatkan nasabah, sebagai contoh apabila nasabah yang

---

<sup>58</sup> Wawancara dengan RDP selaku Kepala Administrasi Kredit PT. Bank Lampung Cabang Metro pada tanggal 22 Maret 2017

berdomisili di kota Metro dan bekerja di Lampung Tengah, maka nasabah harus mengurus kelengkapan persyaratan kredit di Lampung Tengah. Namun setelah adanya kebijakan dari bank, kelengkapan kredit dapat diurus di wilayah kerja nasabah masing-masing.

Sesuai dengan teori, kepuasan nasabah dapat diukur melalui beberapa cara, antara lain sistem keluhan kesah, *ghost shopping*, *lost costumer analysis*, dan survey kepuasan pelanggan. Sejalan dengan teori tersebut, PT. Bank Lampung Cabang Metro mengukur kepuasan nasabah melalui beberapa cara, antara lain: sistem keluhan kesah, yaitu dengan menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Khusus di PT. Bank Lampung Cabang Metro, fasilitas yang disediakan berupa kotak saran dan layanan sms kritik saran. Selain melalui system keluhan kesah, langkah yang dilakukan oleh PT. Bank Lampung Cabang Metro yaitu survei kepuasan nasabah. Survey dilakukan dalam bentuk wawancara langsung kepada nasabah.

Untuk mendapatkan informasi dari nasabah, diperlukan beberapa sampel. PT. Bank Lampung Cabang Metro menggunakan metode pengambilan sampel melalui *probability sampling (random sampling)*. *Probability sampling* merupakan pengambilan sampel secara *random* atau acak. Dengan cara ini, seluruh anggota diasumsikan memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian. Metode dalam *probability sampling* yang digunakan yaitu *simple*

*random sampling*. Sampel yang terpilih diambil secara acak, yakni dipilih acak dari jumlah nasabah yang dilayani oleh marketing setiap harinya. Misalkan dalam satu hari ada 20 nasabah, maka diambil 5 orang untuk diwawancarai.

Sebagai sampel, wawancara ditujukan untuk 5 orang nasabah, dengan jenis pekerjaan yang berbeda. Kelima nasabah yaitu Ibu Linda (Guru SD), Ibu Dini (Ibu Rumah Tangga), Pak Febri (Pemilik Toko Kelontong), Pak Chandra (buruh) dan Pak Dimas (wiraswasta).

Wawancara dengan nasabah, beliau mengatakan bahwa pelayanan karyawan dibagian kredit konsumtif PT. Bank Lampung Cabang Metro cukup memuaskan. Petugas bersikap sangat ramah, murah senyum dan menggunakan bahasa yang halus saat sedang berbicara dengan nasabah. Mereka terlihat benar-benar memahami nasabah, berpengetahuan luas, dan membuat nasabah tidak merasa risih. Beliau merasa puas atas pelayanan yang diberikan.<sup>59</sup>

Dalam rangka pemberian pelayanan prima kepada nasabah, maka karyawan dituntut untuk dapat bersikap professional. Apapun situasi yang sedang dialami, baik itu kesedihan, maupun kebahagiaan, karyawan tetap harus bersikap baik dan ramah. Menyapa nasabah dengan 3-S (senyum, sapa, salam), mempersuasif nasabah dengan cara memberi solusi yang memuaskan atas keluhan nasabah.

---

<sup>59</sup> Wawancara dengan LD selaku nasabah kredit konsumtif diPT. Bank Lampung Cabang Metro pada tanggal 30 Maret 2017

Wawancara dengan nasabah, beliau mengatakan bahwa karyawan PT. Bank Lampung Cabang Metro dapat memberikan informasi yang ia butuhkan, dan menjelaskannya dengan bahasa yang mudah dimengerti, tidak gugup, tidak bertele-ele dan tepat sasaran. Beliau menjadi paham tentang produk Kredit Pantas Pegawai Aktif yang ditanyakan, sehingga tertarik untuk bertransaksi di bank tersebut.<sup>60</sup>

Dalam hal penanganan terhadap keluhan dari pelanggan atau nasabah. Secara statistik hal ini penting untuk diperhatikan, namun sering kali terlambat bagi bank untuk menyadarinya. Bila keluhan dari pelanggan atau nasabah tidak secepatnya diatasi, maka akan terjadi ketidakpuasan nasabah dikemudian hari.

Wawancara dengan nasabah, beliau mengatakan bahwa setelah adanya karyawan yang ditempatkan sebagai marketing oleh PT. Bank Lampung Cabang Metro untuk menangani semua berkas pengajuan kredit atau persyaratan yang diperlukan, maka nasabah tidak perlu repot untuk menanganinya sendiri. Hal ini tentunya memudahkan proses transaksi, untuk itu beliau sangat puas atas peningkatan pelayanan yang diberikan oleh bank.<sup>61</sup>

Hubungan baik antara karyawan dengan nasabah dalam melakukan transaksi di bank juga perlu dibina, karena jika membina hubungan

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan DN selaku nasabah kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro pada tanggal 30 Maret 2017

<sup>61</sup> Wawancara dengan FB selaku nasabah kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro pada tanggal 30 Maret 2017

baik dengan nasabah akan meningkatkan mutu pelayanan di bank sehingga produksi perusahaan pun ikut meningkat.

Wawancara dengan nasabah, beliau mengatakan bahwa sebelum adanya marketing, nasabah harus mengurus semua persyaratannya sendiri, seperti meminta tanda tangan ke dinas terkait masing-masing guna kevalidan berkas kredit saat mengajukan permohonan kredit. Hal ini tentunya turut menyita waktu nasabah, karena nasabah menginginkan proses yang praktis dan cepat. Dan setelah bank memberikan pelayanan dan fasilitas yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, yaitu melalui tenaga marketing yang diamanatkan untuk menangani permasalahan pemberkasan, maka nasabah merasa sangat terbantu. Beliau puas atas pelayanan prima yang diterimanya.<sup>62</sup>

Pelayanan yang berkualitas dimaksudkan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah, dengan peningkatan kepercayaan nasabah tentunya besar kemungkinan nasabah tidak memilih untuk pindah ke bank lain.

Wawancara dengan nasabah, beliau mengatakan bahwa beberapa kelebihan kredit konsumtif yang ada di PT. Bank Lampung Cabang Metro antara lain yaitu, persyaratan kredit ringan, proses kredit cepat dan mudah, bebas digunakan untuk keperluan konsumtif, angsuran ringan dan suku bunga bersaing, kredit dilengkapi dengan

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan CN selaku nasabah kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro pada tanggal 30 Maret 2017



perlindungan asuransi. Sedangkan kekurangan dari produk ini, yaitu segala berkas yang harus diurus sendiri sebelum adanya tenaga marketing. Namun beliau merasa puas karena pelayanan yang diberikan sudah mengalami peningkatan. Bahkan beliau turut merekomendasikan kepada para rekan dan kerabatnya untuk melakukan transaksi di PT. Bank Lampung Cabang Metro.<sup>63</sup>

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwasannya lima nasabah dari kredit konsumtif merasa puas akan fasilitas dan peningkatan pelayanan yang disediakan PT. Bank Lampung Cabang Metro. Salah satu pelayanan prima yang ada di PT. Bank Lampung Cabang Metro, khususnya dibagian kredit konsumtif yaitu dengan menempatkan karyawan dibagian marketing yang nantinya diamanatkan untuk menangani semua berkas pengajuan kredit atau persyaratan yang diperlukan, sehingga nasabah tidak perlu repot untuk menanganinya sendiri. Pelayanan prima yang diberikan oleh bank mempunyai pengaruh positif, yaitu meningkatkan kepuasan nasabah sehingga turut membawa nama baik bank dimata masyarakat luas, dan tidak memiliki dampak negatif, karena pada dasarnya bentuk pelayanan prima diciptakan sebagai usaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal.

---

<sup>63</sup> Wawancara dengan DM selaku nasabah kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro pada tanggal 30 Maret 2017

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian, disimpulkan bahwa upaya pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Lampung Cabang Metro, khususnya dibagian kredit konsumtif melalui penempatan karyawan sebagai marketing yang ditugaskan untuk menangani semua berkas pengajuan kredit atau persyaratan nasabah yang diperlukan, telah berdampak positif, yaitu meningkatnya kepuasan nasabah. Nasabah merasa puas, karena proses transaksi menjadi lebih praktis dan mudah, sehingga nasabah tidak perlu repot untuk menanganinya sendiri.

#### **B. SARAN**

Peneliti ingin memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak bank, khususnya PT. Bank Lampung Cabang Metro yaitu:

1. Agar pihak bank dapat memberikan pelayanan yang lebih mengutamakan kemudahan dan kepraktisan bagi nasabah, salah satunya yaitu dengan menambah jumlah tenaga marketing untuk menangani pengajuan berkas nasabah dibagian kredit konsumtif.
2. Sebaiknya bank lebih cermat lagi dalam menangani nasabah yang akan melakukan transaksi dibagian kredit konsumtif, dengan memperbaiki kualitas pelayanan dari tenaga marketing, seperti pengadaan pelatihan, seminar dan lain sebagainya.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-483/In.28/FEBI/PP.00.9/07/2017  
Lampiran :-  
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

03 Mei 2017

Kepada Yth:  
Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy  
di - Metro

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Tugas Akhir, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Tugas Akhir mahasiswa :

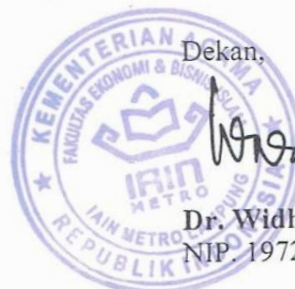
Nama : Putri Sulistiana  
NPM : 14123218  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)  
Judul : Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Pt.Bank Lampung Cabang Metro

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan sampai selesai Tugas Akhir:
  - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Tugas Akhir maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Tugas Akhir antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b. Isi ± 3/6 bagian.
  - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



Dekan,

*[Signature]*  
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum  
NIP. 197209232000032002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-81/In.28/S/OT.01/01/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Putri Sulistiana  
NPM : 14123218  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 PBS

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 14123218.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 10 Januari 2019  
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.  
NIP. 195808311981031001



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Putri Sulistiana**      Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS**  
NPM : **14123218**      Semester / TA : **VII / 2017-2018**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			- Saran dispesifika sesuai kesimpulan	
			ACC TA, siapkan u didaftarkan munadlosyal	

Dosen Pembimbing

**Zumaroh, M.E.Sy**

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Putri Sulistiana**

NPM. 14123218





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Putri Sulistiana** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS**  
NPM : **14123218** Semester / TA : **VII / 2017-2018**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			marketing & meningkatkan kepuasan nasabah - Penulisan Footnote Sumber data primer cukup inisial - Analisis bisa dipertuat dgn teori	
	21-12-2018	✓	- Analisis dipertajam - Data dibenahi sesuai APP - kesimpulan diperbaiki	

Dosen Pembimbing

**Zumaroh, M.E.Sv**

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Putri Sulistiana**

NPM. 14123218



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Putri Sulistiana**  
NPM : 14123218

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS  
Semester / TA : VII / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	10-12-2018	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Profil yg harusnya dapat diperoleh dari dokumentasi sebaiknya tidak disajikan sebagai hasil wawancara</li><li>- Pengajian data disesuaikan dgn APD</li><li>- SOP digunakan sebagai alat analisis di samping teori</li><li>- Tentukan juga bagaimana tenaga</li></ul>	

Dosen Pembimbing

**Zumaroh, M.E.Sy**

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Putri Sulistiana**

NPM. 14123218



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Putri Sulistiana** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS**  
NPM : **14123218** Semester / TA : **VII / 2017-2018**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26-10-2018	✓	ACC bab II, lanjutkan penyusunan APD	✓
	30-10-2018	✓	- pertanyaan pd pedoman wawancara disesuaikan teori di bab II - pertanyaan disesuaikan kepada siapa ditugaskan - Data yg dapat diperoleh dari dokumentasi tidak perlu ditanyakan pd wawancara - pedoman dokumentasi dibuat	✓
	3-11-2018	✓	ACC APD, lanjutkan pengumpulan data	✓

Dosen Pembimbing

**Zumaroh, M.E.Sy**

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Putri Sulistiana**

NPM. 14123218





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Putri Sulistiana**      Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS**  
NPM : **14123218**                      Semester / TA : **VII / 2017-2018**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	05-10-2018	✓	- LBM masih minim Cerita Lapangan - Pengetikan ikuti pedoman	✓
	10-10-2018	✓	Aec bab I, lanjutkan pengustran bab II	✓
	15-10-2018	✓	- Setelah mengutip, Jelaskan kembali Agn bahasa sendiri - Sumber baca minimal - Teori yg dikutip harus di sesuaikan kebutuhan analisis - Footnote sesuaikan - Jangan terlalu banyak kutipan langsung - Hapus teori yg tak perlu	✓

Dosen Pembimbing

**Zumaroh, M.E.Sy**

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Putri Sulistiana**

NPM. 14123218



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Putri Sulistiana** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS**  
NPM : **14123218** Semester / TA : **VII / 2017-2018**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30-9-2018	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- LBM masih dangkal cerita di lapangan blm ada</li><li>- pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian harus sesuai</li><li>- Manfaat harus bisa dibedakan teoritis &amp; praktis</li><li>- sifat &amp; jenis penelitian yg jelas &amp; deskripsikan</li><li>- sumber data disesuaikan dgn kebutuhan data</li><li>- Teknik pengumpulan data disesuaikan dgn kebutuhan</li><li>- sistematika pembahasan dibuat</li></ul>	g

Dosen Pembimbing

**Zumaroh, M.E.Sy**

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Putri Sulistiana**

NPM. 14123218

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

# PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT KONSUMTIF PADA PT. BANK LAMPUNG CABANG METRO

### A. Wawancara

1. Wawancara dengan Kepala Cabang PT. Bank Lampung Cabang Metro
  - a. Bagaimana kebijakan kredit konsumtif yang ada di PT. Bank Lampung Cabang Metro ?
  - b. Apa saja produk dari kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro ?
  - c. Apa saja kelebihan dari pelayanan pada kredit konsumtif di PT. Bank Lampung Cabang Metro ?
2. Wawancara dengan Kepala Administrasi Kredit dan Asisten Administrasi Kredit PT. Bank Lampung Cabang Metro
  - a. Berapa jumlah nasabah kredit konsumtif tahun 2015-2017 ?
  - b. Bagaimana upaya pelayanan prima yang dilakukan PT. Bank Lampung Cabang Metro?
  - c. Bagaimana tenaga marketing berperan dalam meningkatkan pelayanan dibagian kredit konsumtif ?
  - d. Bagaimana pelayanan prima yang diberikan oleh bank dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit konsumtif ?



3. Wawancara dengan Nasabah

- a. Bagaimana pelayanan dibagian kredit konsumtif PT. Bank Lampung Cabang Metro?
- b. Apakah dengan adanya Marketing di PT. Bank Lampung Cabang metro dapat membantu kebutuhan nasabah kredit ?
- c. Apa saja kelebihan dan kekurangan dari fasilitas kredit konsumtif yang diberikan PT. Bank Lampung Cabang Metro?
- d. Apakah anda merasa puas dan akan merekomendasikan kepada rekan dan kerabat untuk bertransaksi di PT. Bank Lampung Cabang Metro?

**B. Dokumentasi**

1. Dokumentasi tentang Profil PT. Bank Lampung Cabang Metro
2. Dokumentasi tentang Visi dan Misi PT. Bank Lampung Cabang Metro
3. Dokumentasi tentang Struktur Organisasi PT. Bank Lampung Cabang Metro

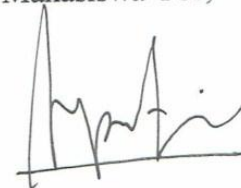
Mengetahui,

Pembimbing Tugas Akhir

**Zumaroh, M.E.Sy.**

**NIP. 19790422 200604 2 002**

Mahasiswa Ybs,



**Putri Sulistiana**

**NPM. 14123218**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**PUTRI SULISTIANA**, anak ke 4 dari 5 bersaudara ini adalah putri kandung dari pasangan Bapak Suhendi dan Ibu Suanah. Lahir di Metro pada tanggal 18 Februari 1995 dan saat ini menetap di Kota Metro bersama dengan keluarga. Pendidikan yang telah ditempuh yaitu

TK Perwanida lulus pada tahun 2001, SDN 5 Metro Pusat lulus pada tahun 2007, SMP N 7 Metro lulus pada tahun 2010, SMK N 1 Metro lulus tahun 2013 Dan mulai tahun 2014, peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Diploma Tiga (D-III) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.