

## ANALISIS BAURAN PRODUK DAN LOYALITAS NASABAH STUDI KASUS PADA BANK NAGARI CABANG SOLOK

Oleh :

DR. Drs. Fazril, SE, MM<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Dosen Tetap PNSD Dpk. Jurusan Manajemen STIE Haji Agus Salim Bukittinggi

### Abstraction

*This research has background by condition of loyalitas clien Bank Nagari at Solok. Hypotesis from this research is how product mix and loyalitas clien Bank Nagari at Solok.*

*This resesarch has sample about 370 people and use the accidental sampling. The tehnik analysis of data is analysis deskriptif. The result this researcj are:*

*In general the clien have high loyalitas of Bank Nagari at Solok. It can see with clien scor rate about 4,15 with level 83,03 percent.*

*According indikator in the high scor variabel of loyalits clien can do with Bank functional for all transaction who to do by clien Bank Nagari at Solok.*

*The interesting product mix that give contribution and influence for clien loyalitas Bank Nagari at Solok is easy in proces opening of new rekening who do by clien Bank Nagari at Solok.*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Melalui pelaksanaan bauran pemasaran yang sesuai dengan harapan konsumen diharapkan akan mampu memuaskan nasabah sehingga terbentuk loyalitas nasabah. Membentuk dan memelihara kepuasan nasabah adalah merupakan tuntutan yang harus dilaksanakan, karena pada dasarnya dengan terpeliharanya kepuasan nasabah maka pihak Bank akan senantiasa mendapatkan keuntungan.

Nasabah yang puas cenderung akan senantiasa memanfaatkan ulang jasa perbankan dan akan menyampaikan rasa kepuasannya kepada orang lain, baik dalam bentuk cerita (*word of mouth*) atau memberikan rekomendasi kepada orang-orang terdekat agar menjadi nasabah di bank tersebut

Program kinerja bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan salah satu alat pemasaran yang utama untuk mencapai tujuan perusahaan. Program tersebut merupakan fungsi yang memiliki kontak besar dengan lingkungan eksternal padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal.

Program bauran pemasaran (*marketing mix*) memainkan peranan yang sangat penting sebagai bagian dari strategi dan kebijaksanaan perusahaan untuk mewujudkan kepuasan Nasabah yang pada akhirnya diharapkan akan meningkatkan loyalitas Nasabah.

Salah satu dari bauran pemasaran itu adalah bauran produk, dimana dengan memperhatikan bauran produk yang ada dan berupaya memperbaiki atau meningkatkan nilai maka langkah itu akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah akan dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

Loyalitas Nasabah ini sangat penting artinya bagi perusahaan jasa perbankan, karena melalui loyalitas tersebut perusahaan pada akhirnya akan memperoleh keunggulan bersaing. Nasabah yang puas dengan kualitas dan nilai sebuah penawaran, akan lebih sulit beralih dan selanjutnya akan memiliki ikatan emosional dengan merek yang akhirnya akan menciptakan loyalitas yang tinggi (Tjiptono, 2002:39).

Sebagaimana dikemukakan Kotler (2000:42) biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan Nasabah baru jauh lebih mahal ketimbang biaya yang harus dikeluarkan untuk mempertahankan Nasabah yang sudah ada.

Kotler juga mengemukakan bahwa terdapat dua cara untuk memperkuat ketahanan Nasabah (loyalitas Nasabah). *Pertama*, dengan cara menciptakan rintangan beralih yang tinggi. Para Nasabah akan enggan untuk beralih ke pemasok lain jika melibatkan biaya yang tinggi, kehilangan potongan harga serta harus dihadapkan kepada resiko-resiko finansial, sosial dan harga serta harus dihadapkan kepada Nasabah.

Hal ini akan membuat para pesaing mengalami kesulitan untuk meruntuhkan rintangan beralih dengan menawarkan harga yang lebih rendah atau perangsang lain dalam rangka membujuk Nasabah agar beralih. *Kedua*, dengan menciptakan kepuasan nasabah. Dengan kepuasan yang tinggi yang dirasakan oleh nasabah, maka nasabah akan meningkatkan loyalitasnya.

Banyak jenis produk yang ditawarkan oleh berbagai bank membuat masyarakat mempunyai banyak alternatif dalam menentukan pilihannya, nasabah semakin pintar dan meminta pelayanan terbaik, oleh karena itu sebuah bank harus

mempunyai komitmen untuk memberikan kepuasan pada nasabah dilihat dari bauran pemasaran.

Bank Nagari Cabang Solok adalah salah satu bank yang beroperasi di Kota Solok, Kabupaten Solok dan Solok Selatan merupakan milik pemerintah Daerah.

Bank Nagari Cabang Solok dulu dikenal dengan nama Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat (BPDSB), dimana ide untuk pendirian kantor cabang Bank BPD di Solok, dimunculkan mengingat tingginya volume transaksi perbankan masyarakat dari daerah Solok dan sekitarnya.

Berbagai bentuk persaingan akan senantiasa dihadapi oleh Bank Nagari Cabang Solok, karena itu bank dituntut berupaya mengkomunikasikan produknya melalui penanganan bauran pemasaran perbankan sesuai dengan tuntutan pasar.

Melalui bauran produk yang sesuai dengan kebutuhan para nasabahnya diharapkan akan mampu memuaskan para nasabahnya dengan demikian akan berdampak positif terhadap peningkatan jumlah tabungan yang tersimpan di Bank Nagari Cabang Solok.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, dilakukan penelitian dengan judul "*Analisis Bauran Produk dan Loyalitas Nasabah Studi Kasus pada Bank Nagari Cabang Solok*".

#### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diambil adalah :

1. Bagaimana bauran produk pada Bank Nagari Cabang Solok.
2. Bagaimana loyalitas nasabah Bank Nagari Cabang Solok.

**Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui bagaimana Bauran Produk pada Bank Nagari Cabang Solok
2. Mengetahui bagaimana Loyalitas nasabah Bank Nagari Cabang Solok

**Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk memperkaya kajian-kajian yang berkaitan dengan penelitian ini.
2. Pengembangan ilmu, karena hasil penelitian ini dapat sekaligus sebagai pengembangan ilmu bidang Pemasaran.
3. Memberikan informasi serta pengetahuan tambahan bagi peneliti selanjutnya dalam membuat penelitian yang sama pada masa yang akan datang.

**LANDASAN TEORI****Bauran Pemasaran**

Konsep bauran pemasaran merupakan alat yang dikembangkan dengan baik yang dipakai sebagai struktur oleh para pemasar. Konsep ini terdiri dari berbagai macam unsur program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar berhasil melaksanakan strategi dan *positioning* pemasaran dalam pasar-pasar tersebut.

Pemasaran dalam suatu perusahaan menghasilkan kepuasan Nasabah serta kesejahteraan konsumen dalam jangka panjang sebagai kunci untuk memperoleh profit. Hal ini berlaku bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri jasa maupun non jasa.

Kotler (2004:15) mengemukakan definisi bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai berikut : "*Marketing mix is the set marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objective in the target market*". Bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran (*marketing mix*) yang dapat

digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran.

Sedangkan menurut Hurriyati (2005:48) bauran pemasaran adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen.

Berdasarkan definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa *marketing mix* merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Memperkuat pengertian di atas, Anoraga (2000:214) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi. Sementara Alma (2002:166) menggaris bawahi dalam melaksanakan *marketing mix* secara umum harus berpegang pada prinsip ekonomi yaitu : dengan pengorbanan yang sekecil kecilnya ingin mendapatkan hasil yang sebesar-besarnya. Maka dalam menetapkan *marketing mix*, dalam arti untuk mencapai target penjualan tertentu. Kita harus menetapkan *marketing mix* yang sebaik-baiknya. Ada lima hal yang harus dipertimbangkan sebagai berikut (Alma, 2002:166) :

1. *Marketing mix* harus seimbang
2. *Marketing mix* tidak boleh statis
3. *Marketing mix* tak boleh meniru
4. *Marketing mix* harus bertujuan jangka panjang
5. *Marketing mix* harus didasarkan pengalaman.

Selanjutnya Hurriyati (2005:48) mengemukakan konsep bauran pemasaran tradisional (*traditional marketing mix*) terdiri dari 4P, yaitu :

- a. Produk
- b. Harga
- c. Distribusi
- d. Promosi

### **Produk dan Bauran Produk**

#### **1. Pengertian Produk**

Produk adalah titik sentral dari kegiatan marketing, produk ini dapat berupa barang dan jasa. Alma (2002:94) mengemukakan bahwa produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan kebutuhan dalam keinginannya.

Dari pengertian di atas dapat diketahui bahwa produk tak hanya bersifat fisik, namun juga berupa jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan keinginan konsumen. Produk tidak hanya meliputi unsur fisiknya saja, tetapi juga kemasan, garansi, pelayanan purna jual, merek, nama baik, kepuasan, nilai kepuasan, dan masih banyak lagi faktor lainnya.

Salah satu strategi dalam meraih keunggulan bagi sebuah perusahaan adalah melalui diferensiasi produk. Kotler (2005:5) membagi parameter diferensiasi produk atas delapan komponen yakni :

#### **a. Atribut**

Atribut adalah sifat-sifat yang menambahkan fungsi dasar produk. Kebanyakan produk dapat ditawarkan dengan berbagai atribut. Awalnya adalah adanya versi produk yang masih polos atau tidak beratribut apapun. Perusahaan dapat menambahkan versi produk lain dengan menambah atribut-atribut adalah

alat kompetitif untuk membedakan produk perusahaan.

#### **b. Kinerja**

Kualitas kerja menunjukkan pada tingkat mana sifat-sifat utama produk beroperasi. Pembeli produk-produk mahal biasanya membandingkan karakteristik kinerja berbagai merek.

#### **c. Kesesuaian**

Kualitas kesesuaian merupakan tingkat dimana karakteristik desain dan produk mendekati standar yang ditetapkan.

#### **d. Ketahanan**

Ketahanan adalah ukuran harapan hidup operasi suatu produk, pembeli akan membayar lebih untuk produk yang awet, namun ada beberapa syarat untuk kondisi tersebut. Harga ekstra tak boleh terlampau mahal.

#### **e. Kemandalan**

Kemandalan mengukur kemungkinan produk tidak mengalami kerusakan atau kegagalan selama jangka waktu tertentu. Pembeli mau dibayar lebih tinggi untuk produk-produk yang lebih handal.

#### **f. Mudah diperbaiki**

Mudah diperbaiki adalah suatu pengukuran kemudahan memperbaiki produk yang rusak. Kemudahan diperbaiki yang ideal dapat dicapai apabila pemakai dapat memperbaiki sendiri produk tersebut dengan tanpa biaya atau biaya sedikit atau tidak membuang waktu.

#### **g. Style**

Style menggambarkan seberapa baik penampilan produk bagi pembeli. Style mempunyai keunggulan penciptaan keunikan produk yang sulit ditiru.

## 2. Desain

Desain merupakan faktor penyatu, semua kualitas yang telah dijelaskan merupakan parameter desain.

## 2. Bauran Produk

Bauran produk (*product mix* atau *product assortment*) adalah rangkaian semua yang ditawarkan suatu penjual tertentu kepada pembeli. Suatu bauran produk biasanya terdiri dari beberapa lini produk yang mana biasanya dari masing-masing produk terdapat seorang manajer lini produk (Kotler, 2004:57)

Lini produk cenderung semakin lama semakin panjang. Kelebihan kapasitas produksi menimbulkan tekanan pada manajer lini produk untuk mengembangakan unit baru. Wiraniaga dan distribusi juga menekan perusahaan untuk menambah lini produk yang lebih lengkap untuk memuaskan Nasabah. Manajer lini produk akan menambah unit produk untuk mencapai penjualan dan laba yang lebih besar.

## Hubungan Produk dengan Loyalitas Nasabah

Kepuasan Nasabah akan suatu produk merupakan hal yang penting dilihat bagi perusahaan. Dengan adanya kepuasan tersebut perusahaan dapat mengkoreksi lagi tingkat kualitas produknya. Dengan kualitas tersebut Nasabah akan menentukan apakah mereka akan tetap menggunakan produk perusahaan tersebut atau tidak atau mungkin juga hanya sekedar mencoba-coba.

Juner dan Sasser dalam Palianti (2004) menyatakan bahwa loyalitas Nasabah merupakan suatu variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas Nasabah merupakan fungsi dari kepuasan konsumen sehingga loyalitas merek merupakan fungsi dari kepuasan Nasabah. Kepuasan Nasabah

tercipta melalui pembelian dan pengalaman dalam menggunakan suatu merek produk tertentu.

## Loyalitas Nasabah

Loyalitas diartikan sebagai kesetiaan. Menurut Kotler (2004:42) upaya mewujudkan loyalitas Nasabah dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan rintangan peralihan (*Switching Barrier*) dan memberikan kepuasan yang tinggi kepada Nasabah. Sedangkan menurut Tjiptono (2002:36) bahwa kepuasan akan menimbulkan loyalitas Nasabah maka loyalitas sebagai variabel endogeneous disebabkan oleh suatu kombinasi dari kepuasan, rintangan peralihan (*switching barriers*) pemasok dan keluhan (*voice*) jadi dapat dirumuskan:

$$\text{Loyalitas} = f(\text{customer satisfaction, switching barriers, voice})$$

Menurut Hurriyati (2005:129) menyatakan bahwa "*Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*". Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa cara yang lebih baik untuk mempertahankan Nasabah adalah dengan memberikan kepuasan Nasabah yang tinggi, dengan demikian sulit bagi pesaing untuk menerobos hambatan untuk beralih.

Kepuasan Nasabah akan menimbulkan loyalitas Nasabah tersebut. Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh tingkat kinerja dan tingkat harapan. Apabila kinerja perusahaan sesuai dengan harapan Nasabah, maka Nasabah akan merasa puas. Namun apabila harapan Nasabah

tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan maka Nasabah merasa tidak puas. Nasabah yang merasa puas akan melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Oleh karena itu Bank Nagari Cabang Solok berusaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan Nasabahnya agar tercipta kepuasan Nasabah yang tinggi sehingga sulit bagi pesaing untuk menerobos hambatan untuk beralih yang pada akhirnya akan terbentuk suatu loyalitas Nasabah serta mendatangkan profit bagi Bank Nagari Solok.

#### METODE PENELITIAN

##### *Ruang Lingkup*

Penelitian ini dilakukan di Bank Nagari Cabang Solok untuk mengetahui kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah pada Bank Nagari Cabang Solok.

##### *Populasi dan Sampel*

Sekarang (2003: 423) *sample is a subset or subgroup of the population* (sampel merupakan bagian dari populasi). Sejalan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu analisis Bauran produk dan loyalitas nasabah, maka untuk menghindari adanya distorsi hasil penelitian, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan pensampelan probabilitas (*probability Sampling*).

Alasan menggunakan pensampelan probabilitas ini adalah karena tidak diketahui jumlah populasi penelitian (Kuncoro, 2003: 118) yaitu jumlah nasabah Bank Nagari Cabang Solok. Penelitian ini menggunakan jenis sampling aksidental (*accidental sampling*) yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja nasabah yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat

digunakan sebagai sampel, dan layak sebagai sumber data (Rochaety, Tresnati, dan Latief, 2007). Maka penelitian ini menetapkan jumlah sample adalah 370 orang sampel.

##### *Teknik Analisis Data*

Untuk menganalisis data dan pengujian hipotesis, penelitian ini akan menggunakan beberapa teknik analisis statistik melalui pemanfaatan *Statistical Package for Sosial Science (SPSS) versi 13.0 for Windows* antara lain adalah:

1. Statistik Deskriptif
2. Analisa Reliabilitas
3. Analisa Validitas

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### *Loyalitas Nasabah Bank Nagari Cabang Solok*

Dalam penelitian ini, loyalitas nasabah Bank Nagari Cabang Solok merupakan fokus utama yang akan diteliti. Loyal tidaknya nasabah terhadap Bank Nagari Cabang Solok tentunya akan tergantung pada penilaian nasabah yang memanfaatkan seluruh fasilitas yang diberikan/disediakan oleh Bank Nagari Cabang Solok. Untuk mengetahui sejauhmana loyalitas nasabah terhadap Bank Nagari Cabang Solok, peneliti telah melakukan pengumpulan data terhadap sebagian nasabah yang dijadikan responden dalam penelitian ini. Selanjutnya hasil pengumpulan data tersebut akan disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi seluruh indikator yang mencakup seluruh pernyataan. Dalam rangka menampung persepsi masyarakat tentang loyalitas nasabah terhadap Bank Nagari Cabang Solok, kepada setiap responden diberikan kuesioner yang terdiri dari 5 pernyataan. Sedangkan untuk mempermudah menarik kesimpulan dari data yang dikumpulkan, seluruh pernyataan dalam hal ini dianggap sebagai indikator.

Setiap pernyataan yang diajukan diberikan skor dengan menggunakan skala Likert. Menurut Arikunto (2002:244) untuk menentukan kriteria dari hasil pengumpulan data ditentukan berdasarkan tingkat pencapaian masing-masing indikator dengan kriteria sebagai berikut:

- o Jika tingkat pencapaian kurang dari 56% kriterianya kurang baik
- o Jika tingkat pencapaian antara 56%-75% kriterianya cukup
- o Jika tingkat pencapaian antara 76%-100% kriterianya baik

Berdasarkan hasil pengumpulan data terhadap 370 responden dapat diketahui bahwa pada umumnya nasabah sangat loyal terhadap Bank Nagari Cabang Solok. Hal ini dapat ditunjukkan dengan

rata-rata skor dan tingkat pencapaian dari persepsi nasabah yang cukup besar.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, secara umum variabel loyalitas nasabah terhadap Bank Nagari Cabang Solok mendapat respon yang cukup baik dari responden, sehingga variabel loyalitas secara umum mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,15 dan memperoleh tingkat pencapaian secara umum sebesar 83,03%, sehingga pilihan responden tersebut menempatkan variabel loyalitas nasabah terhadap Bank Nagari Cabang Solok pada kriteria baik. Artinya, secara umum nasabah memberikan persepsi yang sangat loyal terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Nagari Cabang Solok.

Tabel 1.  
Skor Loyalitas Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Nagari Cabang Solok

No.	Indikator	No. Item	Kriteria Pernyataan										Rata-Rata Skor	Tkt. pencapaian (%)	Kriteria
			Sangat Tidak Setuju (Skor 1)		Tidak Setuju (Skor 2)		Kurang Setuju (Skor 3)		Setuju (Skor 4)		Sangat Setuju (Skor 5)				
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
1	Memanfaatkan Bank Solok untuk seluruh transaksi perbankan	1	6	1.62	21	5.68	24	6.49	125	33.78	194	52.43	4.30	83.95	Baik
2	Memberikan rekomendasi positif pada mitra dagang	2	8	2.16	16	4.32	35	9.46	120	32.43	191	51.62	4.27	85.41	Baik
3	Bertahan menjadi nasabah setia	3	23	6.22	17	4.59	26	7.03	89	24.05	215	58.11	4.23	84.65	Baik
4	Membela Bank Solok	4	5	1.35	34	9.19	84	22.7	110	29.73	137	37.03	3.92	78.38	Baik
5	Memberikan masukan untuk kemajuan Bank Solok	5	12	3.24	23	6.22	55	14.86	129	34.86	151	40.81	4.04	80.76	Baik
Rerata				2.92	6	12.11	30.97	48	4.15	83.03	Baik				

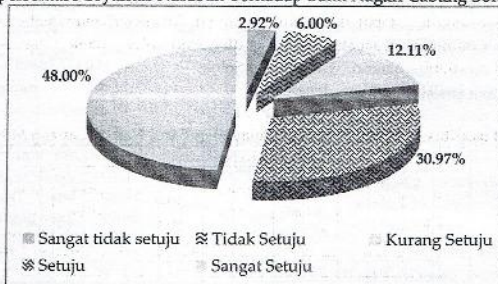
Sumber : Data Primer (Diolah dari hasil pengumpulan data langsung)

Selanjutnya apabila persepsi nasabah tersebut dilihat lebih rinci bahwa yang menyatakan **sangat setuju** untuk tetap loyal kepada Bank Nagari Cabang Solok terdapat sebanyak 48,00% dari seluruh responden yang diteliti. Artinya, hampir separoh dari nasabah Bank Nagari Cabang Solok yang menjadi responden menyatakan **sangat setuju** untuk tetap loyal kepada Bank Nagari Cabang Solok.

Sementara itu, hasil dari pengumpulan data yang sama juga menunjukkan bahwa

nasabah Bank Nagari Cabang Solok yang menyatakan **setuju** untuk tetap loyal kepada Bank Nagari Cabang Solok terdapat sebanyak 30,97% dari seluruh responden yang diteliti. Nilai tersebut sekaligus merupakan persentase yang tertinggi kedua dari seluruh pilihan jawaban yang diajukan kepada responden. Artinya, sebanyak 30,97% dari seluruh nasabah menyatakan **setuju** memberikan loyalitas terhadap Bank Nagari Cabang Solok.

Gambar 1.  
persentase Loyalitas Nasabah Terhadap Bank Nagari Cabang Solok



Misi yang diemban oleh Bank Nagari Cabang Solok nampaknya hampir mencapai sasaran yang diinginkan, karena dari seluruh pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengakuan nasabah yang menyatakan loyalitasnya terhadap pelayanan yang diberikan Bank Nagari Cabang Solok.

Namun demikian perlu juga menjadi perhatian dari pihak Bank Nagari Cabang Solok, karena dari seluruh nasabah yang diteliti ternyata masih terdapat beberapa nasabah yang menyatakan **tidak setuju** untuk tetap loyal terhadap Bank Nagari Cabang Solok. Dari hasil pengumpulan

data diperoleh informasi bahwa masih terdapat sebanyak 6,00% dari seluruh nasabah yang menyatakan **tidak setuju** untuk tetap bertahan dan loyal terhadap pelayanan Bank Nagari Cabang Solok. Bahkan, dari hasil pengumpulan data masih terdapat nasabah yang menyatakan **sangat tidak setuju** untuk tetap loyal terhadap Bank Nagari Cabang Solok. Artinya, masih terdapat sebagian kecil dari seluruh nasabah yang menurut persepsi mereka kualitas pelayanan yang diberikan Bank Nagari Cabang Solok. Yang **tidak setuju** dan **sangat tidak setuju** untuk menyatakan loyal terhadap Bank Nagari Cabang Solok.



Antisipasi yang perlu bagi Bank Nagari Cabang Solok hendaknya dapat dikonsentrasikan pada persepsi nasabah yang menyatakan **tidak setuju** dan **sangat tidak setuju** untuk tetap loyal kepada Bank Nagari Cabang Solok. Dari kedua kondisi tersebut (terutama yang menyatakan **tidak setuju** dan **sangat tidak setuju**) hendaknya dapat dijadikan sebagai masukan yang berharga bagi pihak Bank Nagari Cabang Solok terutama dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah sehingga jumlah nasabah akan terus mengalami peningkatan.

### 1. Memanfaatkan Bank Untuk seluruh Transaksi Perbankan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan dirinci menurut indikator, tampak bahwa pada umumnya nasabah senang-tiasa memanfaatkan Bank Nagari Cabang Solok dalam rangka melakukan transaksi perbankan. Dari hasil pengumpulan data pemanfaatan Bank Nagari Cabang Solok sebagai tempat untuk melakukan transaksi perbankan memperoleh rata-rata skor sebesar 4,30 dengan memperoleh tingkat pencapaian sebesar 85,95%. Tingginya tingkat pencapaian yang dicapai oleh indikator ini menunjukkan adanya perhatian yang cukup besar dari nasabah terhadap pelayanan yang diberikan Bank Nagari Cabang Solok.

Selanjutnya, dapat pula dikemukakan rangkuman persepsi nasabah terhadap indikator pemanfaatan bank sebagai sarana untuk transaksi perbankan dimana secara keseluruhan dari hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa nasabah yang menyatakan **sangat setuju** terdapat sebanyak 52,43% dari seluruh nasabah yang diteliti. Artinya, sebanyak 52,43% dari seluruh nasabah yang diteliti menyatakan **sangat setuju** jika Bank

Nagari Cabang Solok dimanfaatkan untuk setiap transaksi perbankan.

Sementara itu, pada kesempatan pengumpulan data yang sama juga menghasilkan informasi bahwa nasabah yang menyatakan **setuju** terhadap Bank Nagari Cabang Solok sebagai tempat untuk setiap transaksi perbankan terdapat sebanyak 33,78% dari seluruh nasabah yang diteliti. Nilai tersebut sekaligus merupakan persentase yang tertinggi kedua dari seluruh pilihan jawaban yang diajukan kepada nasabah. Artinya, sebanyak 33,78% dari seluruh nasabah menyatakan **setuju** untuk tetap memanfaatkan Bank Nagari Cabang Solok sebagai tempat untuk melakukan setiap transaksi perbankan.

Persepsi nasabah nampaknya masih ada juga yang merasa **sangat tidak setuju** untuk menyatakan Bank Nagari Cabang Solok sebagai satu-satunya sarana untuk setiap transaksi perbankan. Persentase yang dapat ditunjukkan dari hasil pengumpulan data dimana terdapat sebanyak 1,62% dari seluruh nasabah yang menyatakan **sangat tidak setuju** jika Bank Nagari Cabang Solok dikatakan sebagai satu-satunya sarana untuk melakukan transaksi perbankan.

Dengan adanya nasabah yang masih **sangat tidak setuju** maka Bank Nagari Cabang Solok hendaknya dapat memperhatikan pendapat nasabah tersebut dalam rangka meningkatkan kinerja bank terutama dalam meningkatkan jumlah nasabah.

### 2. Memberikan Rekomendasi Positif Kepada Mitra Dagang

Selanjutnya, apabila loyalitas nasabah terhadap Bank Nagari Cabang Solok dilihat dari indikator *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* tampaknya indikator tersebut mem-

peroleh tingkat pencapaian skor tertinggi kedua diantara seluruh indikator yang termasuk ke dalam variabel loyalitas. Indikator *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* dari hasil pengumpulan data memperoleh rata-rata skor sebesar 4,27 dengan memperoleh tingkat pencapaian sebesar 85,41%. Tingginya tingkat pencapaian yang dicapai oleh indikator ini menunjukkan adanya kecenderungan bahwa masyarakat sangat memperhatikan segala sesuatu yang berhubungan dengan *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang*. Sehingga dari hasil pengumpulan data ini sebagian besar masyarakat memosisikan indikator *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* pada hasil penilaian dengan kriteria Baik.

Jika dilihat lebih rinci persepsi dari seluruh pernyataan nasabah terdapat sebanyak 51,62% yang menyatakan **sangat setuju** apabila Bank Nagari Cabang Solok dapat memberikan kemudahan yang positif kepada mitra dagang. Artinya, dari seluruh nasabah yang tercatat pada Bank Nagari Cabang Solok pada umumnya memberikan persepsi **sangat setuju**. Kondisi tersebut hendaknya menjadi bahan masukan yang berharga bagi Bank Nagari Cabang Solok guna lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah pada masa yang akan datang.

Selanjutnya, dari seluruh pernyataan nasabah yang menyatakan **setuju** terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* yang ditunjukkan oleh Bank Nagari Cabang Solok, terdapat sebanyak 32,43%. Artinya, dari seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Solok sepertiganya menyatakan **setuju** terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* yang diberikan Bank Nagari Cabang Solok. Tingginya persepsi

masyarakat yang **setuju** terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* yang ditunjukkan oleh Bank Nagari Cabang Solok tersebut hendaknya menjadi bahan input yang harus mendapat pertimbangan bagi Bank Nagari Cabang Solok Kecamatan Panyabungan guna lebih meningkatkan loyalitas nasabah pada masa yang akan datang, sehingga dapat mempertahankan bahkan dapat meningkatkan jumlah nasabah Bank Nagari Cabang Solok.

Dilain pihak, dari seluruh nasabah terdapat pula yang menyatakan dengan persepsi **tidak setuju** terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* yang ditunjukkan oleh Bank Nagari Cabang Solok, dari hasil pengumpulan data diperoleh angka sebesar 4,32%. Artinya, dari seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Solok terdapat sebanyak 4,32% yang menyatakan **ragu-ragu** terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* yang ditunjukkan oleh Bank Nagari Cabang Solok. Sekalipun persentasenya cukup rendah, namun persepsi nasabah tersebut seyogyanya dapat dijadikan bahan masukan yang menjadi bagian dalam mempertimbangkan rencana Bank Nagari Cabang Solok yang berkaitan dengan peningkatan loyalitas nasabah.

Selain informasi seperti di atas, dari seluruh pernyataan nasabah terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* terdapat juga sebagian kecil dari pernyataan nasabah yang perlu diantisipasi dan ditindak-lanjuti pada masa yang akan datang, karena tidak seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Solok yang menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* yang ditunjukkan oleh Bank Nagari Cabang Solok. Terdapat sebanyak 4,32%

dari seluruh nasabah yang menyatakan **tidak setuju** terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* yang ditunjukkan Bank Nagari Cabang Solok. Artinya, dari seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Solok, terdapat sebagian kecil dari mereka yang menyatakan **tidak setuju** terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* yang ditunjukkan oleh Bank Nagari Cabang Solok.

Bahkan, dari hasil pengumpulan data juga ditemukan persepsi nasabah yang menyatakan **sangat tidak setuju** terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* yang ditunjukkan oleh Bank Nagari Cabang Solok, dari hasil pengumpulan data diperoleh angka sebesar 2,16%. Artinya, dari seluruh nasabah yang Bank Nagari Cabang Solok masih terdapat sebagian kecil dari mereka yang menyatakan **sangat tidak setuju** terhadap *kemudahan rekomendasi positif kepada mitra dagang* yang ditunjukkan oleh Bank Nagari Cabang Solok.

Jika dilihat dari nilainya kedua pernyataan nasabah tersebut di atas memang relatif kecil, namun sekalipun kecil pernyataan ketidak-setujuan nasabah tersebut tetap harus mendapat perhatian khusus dan menjadi bahan masukan yang sangat berharga bagi Bank Nagari Cabang Solok guna melakukan evaluasi sehingga dapat lebih meningkatkan loyalitas nasabah pada masa yang akan datang.

### 3. Bertahan Menjadi Nasabah Setia

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan dirinci menurut indikator, tampak bahwa *kesetiaan nasabah* merupakan indikator yang cukup tinggi dalam memperoleh tingkat pencapaian skor secara umum. Indikator *kesetiaan nasabah* dari hasil pengumpulan data memperoleh rata-rata skor sebesar 4,23 dengan memperoleh

tingkat pencapaian sebesar 84,65%. Cukup tingginya tingkat pencapaian yang dicapai oleh indikator *kesetiaan nasabah* menunjukkan adanya perhatian yang cukup besar dari nasabah terhadap keandalan dan profesional petugas dan berdedikasi dalam bekerja.

Selanjutnya, dapat pula dikemukakan rangkuman persepsi nasabah terhadap indikator *kesetiaan nasabah* yang menyatakan **sangat setuju** terdapat sebanyak 58,11% dari seluruh nasabah yang diteliti. Artinya, separuh lebih dari seluruh nasabah yang diteliti menyatakan **sangat setuju** untuk tetap setia menjadi nasabah Bank Nagari Cabang Solok.

Sementara itu, pada kesempatan pengumpulan data yang sama juga menghasilkan informasi bahwa nasabah Bank Nagari Cabang Solok menyatakan **setuju** untuk tetap setia menjadi nasabah Bank Nagari Cabang Solok terdapat sebanyak 24,05% dari seluruh nasabah yang diteliti. Nilai tersebut memberikan arti bahwa, sebanyak 24,05% dari seluruh nasabah menyatakan **setuju** untuk tetap setia menjadi nasabah Bank Nagari Cabang Solok.

Namun demikian, dari seluruh nasabah masih terdapat nasabah yang merasa **tidak setuju** bahkan **sangat tidak setuju** untuk tetap setia menjadi nasabah Bank Nagari Cabang Solok. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari hasil pengumpulan data dimana terdapat sebanyak 4,59% dari seluruh nasabah yang diteliti yang **tidak setuju**, dan sebanyak 6,22% yang menyatakan **sangat tidak setuju** untuk tetap setia menjadi nasabah Bank Nagari Cabang Solok.

Dengan adanya persepsi nasabah tersebut hal ini mengandung arti bahwa dari seluruh nasabah masih terdapat sebanyak

sebagian kecil yang menyatakan **tidak setuju** bahkan **sangat tidak setuju** untuk tetap setia menjadi nasabah Bank Nagari Cabang Solok.

Para pengelola Bank Nagari Cabang Solok hendaknya dapat memperhatikan kepada sebagian kecil nasabah yang menurut persepsi mereka **sangat tidak setuju** untuk tetap setia menjadi nasabah Bank Nagari Cabang Solok, karena sekalipun persentasenya rendah namun hal ini akan menjadi kendala dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap Bank Nagari Cabang Solok.

#### 4. *Membela Bank Nagari Cabang Solok*

Rasa memiliki Bank Nagari Cabang Solok sebagai sarana perbankan bagi nasabah dalam penelitian ini juga menjadi salah satu indikator yang diteliti. Tujuan dari indikator ini adalah untuk mengetahui sejauhmana nasabah mencintai Bank Nagari Cabang Solok.

Indikator *membela Bank Nagari Cabang Solok* dari hasil pengumpulan data memperoleh rata-rata skor sebesar 3,92 dengan memperoleh tingkat pencapaian sebesar 78,38%. Dengan tingkat pencapaian yang dicapai oleh indikator *membela Bank Nagari Cabang Solok* yang dihasilkan menunjukkan bahwa nasabah cukup memperhatikan segala sesuatu yang berhubungan dengan Bank Nagari Cabang Solok. Artinya, disini nasabah tidak hanya sekedar memanfaatkan Bank sebagai sarana dalam melakukan transaksi perbankan saja, melainkan mereka sudah banyak yang merasa bangga dengan menjadi nasabah Bank Nagari Cabang Solok.

Jika dilihat lebih rinci persepsi dari pernyataan nasabah terdapat sebanyak 37,03% yang menyatakan **sangat setuju** untuk membela dan menjaga nama baik

Bank Nagari Cabang Solok. Kondisi tersebut semestinya menjadi bahan evaluasi bagi Bank Nagari Cabang Solok guna lebih meningkatkan loyalitas nasabah pada masa yang akan datang.

Selanjutnya, dari seluruh pernyataan nasabah yang menyatakan **setuju** terhadap indikator *membela Bank Nagari Cabang Solok*, dari hasil pengumpulan data diperoleh angka sebesar 29,73%. Artinya, dari seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Solok lebih dari seperempatnya menyatakan **setuju** untuk membela dan menjaga nama baik Bank Nagari Cabang Solok. Cukup tingginya persepsi nasabah yang **setuju** terhadap indikator *membela Bank Nagari Cabang Solok* tersebut kiranya dapat dijadikan bahan input dalam rangka melakukan evaluasi bagi Bank Nagari Cabang Solok guna lebih meningkatkan loyalitas nasabah, sehingga dapat mempertahankan bahkan dapat meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Nagari Cabang Solok.

Namun demikian, dari seluruh nasabah terdapat pula yang menyatakan dengan persepsi **tidak setuju** bahkan **sangat tidak setuju** terhadap indikator *membela Bank Nagari Cabang Solok*, dari hasil pengumpulan data diperoleh angka sebesar 9,19% yang **tidak setuju** dan sebanyak 1,35% yang **sangat tidak setuju**. Artinya, dari seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Solok terdapat sebagian kecil yang menyatakan **tidak setuju** dan **sangat tidak setuju** untuk membela dan menjaga nama baik Bank Nagari Cabang Solok.

Sekalipun persentasenya cukup rendah, namun persepsi nasabah terhadap indikator ini seyogyanya dapat dijadikan bahan masukan yang berharga dalam mempertimbangkan rencana Bank Nagari Cabang Solok terutama yang berkaitan

dengan peningkatan loyalitas nasabah pada masa yang akan datang, sehingga loyalitas nasabah akan dapat ditingkatkan.

##### 5. Memberikan Masukan untuk Kemajuan Bank

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan dirinci menurut indikator, tampak bahwa indikator *memberikan masukan* merupakan indikator yang cukup tinggi dalam memperoleh tingkat pencapaian skor. Indikator *memberikan masukan* dari hasil pengumpulan data memperoleh rata-rata skor sebesar 4,04 dengan memperoleh tingkat pencapaian sebesar 80,76%. Cukup tingginya tingkat pencapaian yang dicapai oleh indikator *memberi masukan* kepada Bank menunjukkan adanya perhatian yang cukup besar dari masyarakat terhadap kemajuan Bank Nagari Cabang Solok.

Secara keseluruhan, dari hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa nasabah Bank Nagari Cabang Solok yang menyatakan *sangat setuju* untuk memberikan masukan terdapat sebanyak 40,81% dari seluruh responden yang diteliti. Artinya, nasabah menyatakan *sangat setuju* untuk memberikan masukan kepada Bank Nagari Cabang Solok cukup mengembirakan.

Sementara itu, pada kesempatan pengumpulan data yang sama juga menghasilkan informasi bahwa nasabah Bank Nagari Cabang Solok yang menyatakan *setuju* untuk memberikan masukan kepada Bank juga cukup banyak. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil pengumpulan data di mana sebanyak 34,86% dari seluruh nasabah yang diteliti mereka menyatakan *setuju* untuk memberikan masukan kepada Bank Nagari Cabang Solok. Persentase tersebut memberikan arti bahwa, sebanyak 34,86% mereka rela memberikan masukan berupa

saran atau kritik dalam rangka memajukan Bank Nagari Cabang Solok.

Namun, di pihak lain penilaian nasabah dalam memberikan masukan nampaknya masih ada juga yang merasa *tidak setuju* untuk memberikan masukan dalam rangka memajukan Bank Nagari Cabang Solok. Nasabah yang *tidak setuju* dapat ditunjukkan dari hasil pengumpulan data dimana terdapat sebanyak 6,22% dari seluruh nasabah yang diteliti. Artinya, masih terdapat sebanyak 6,22% lagi dari seluruh nasabah yang *tidak berkenan* memberikan masukan terhadap kemajuan Bank Nagari Cabang Solok.

Bahkan, selain dari pernyataan tersebut di atas ada juga nasabah yang menyatakan *sangat tidak setuju* untuk memberikan masukan dalam rangka memajukan Bank Nagari Cabang Solok. Dari hasil pengumpulan data diperoleh informasi bahwa masih terdapat sebanyak 3,24% dari seluruh nasabah yang menyatakan *sangat tidak setuju* jika mereka memberikan masukan demi kemajuan Bank Nagari Cabang Solok. Hal ini berarti, masih terdapat sebagian kecil dari seluruh nasabah yang menurut persepsi mereka kemajuan Bank Nagari Cabang Solok merupakan tanggung jawab sepenuhnya dari pengelola bank, bukan dari nasabah yang memberikan masukan.

Perhatian pengelola Bank Nagari Cabang Solok hendaknya dapat memperhatikan kepada sebagian kecil nasabah yang menurut persepsi mereka *sangat tidak setuju* dalam memberikan masukan, karena hal ini tentunya akan mengganggu upaya Bank untuk meningkatkan loyalitas nasabah terhadap Bank Nagari Cabang Solok pada masa yang akan datang.

**Bauran Produk Bank Nagari Cabang Solok**

Guna mengetahui seberapa jauh tanggapan nasabah terhadap bauran produk Bank Nagari Cabang Solok,

selanjutnya peneliti mencoba menjangkau persepsi nasabah dengan mengajukan 5 pernyataan yang selanjutnya dirang-kum menjadi 3 indikator.

**Tabel 2.**  
**Skor Bauran Produk Bank Nagari Cabang Solok**

No.	Indikator	No. Item	Kriteria Pernyataan										Rata-Rata Skor	Tkt. capaian (%)	Kriteria
			Sangat Tidak Setuju (Skor 1)		Tidak Setuju (Skor 2)		Kurang Setuju (Skor 3)		Setuju (Skor 4)		Sangat Setuju (Skor 5)				
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
1	Kemudahan dalam membuka Rekening	1-2	5	0.68	32	4.32	31	4.19	201	27.16	471	63.65	4.49	89.76	Baik
2	Kelancaran transaksi keuangan nasabah dengan relasi dagang	3-4	25	3.38	37	5.00	40	5.41	213	28.78	425	57.43	43.32	86.38	Baik
3	Pemberitahuan saldo rek/copy rekening	5	14	3.78	9	2.43	29	7.84	153	41.35	165	44.59	4.21	84.11	Baik
Rerata			2.61		3.92		5.813		32.43		55.22		17.34	86.75	Baik

Sumber : Data Primer (Diolah)

Berdasarkan hasil pengumpulan data diperoleh persepsi nasabah yang cukup mengembirakan dimana pada umumnya nasabah memberikan apresiasi yang positif. Secara keseluruhan rata-rata skor yang dihasilkan dari variabel bauran produk mencapai 4,34 dengan tingkat pencapaian sebesar 86,75%. Dengan demikian rangkuman persepsi nasabah terhadap bauran produk Bank Nagari Cabang Solok mendapatkan respon yang positif dari nasabah dan memposisikan bauran produk pada kriteria baik.

Selanjutnya apabila persepsi nasabah terhadap bauran produk dilihat lebih rinci tampaknya nasabah menyatakan **sangat setuju** terhadap bauran produk Bank Nagari Cabang Solok terdapat sebanyak 55,23% dari seluruh nasabah yang diteliti. Artinya, separoh lebih dari nasabah Bank

Nagari Cabang Solok yang menjadi responden menyatakan **sangat setuju** terhadap berbagai produk yang dihasilkan atau ditawarkan oleh Bank Nagari Cabang Solok.

Sementara itu, hasil dari pengumpulan data yang sama juga menunjukkan bahwa nasabah Bank Nagari Cabang Solok yang menyatakan **setuju** terhadap bauran produk Bank Nagari Cabang Solok terdapat sebanyak 32,43% dari seluruh responden yang diteliti. Nilai tersebut sekaligus merupakan persentase yang tertinggi kedua dari seluruh pilihan jawaban yang diajukan kepada nasabah. Artinya, sebanyak 32,43% dari seluruh nasabah menyatakan **setuju** terhadap bauran produk yang dihasilkan Bank Nagari Cabang Solok.

Gambar 1.  
persentase Skor Bauran Produ Bank Nagari Cabang Solok



Bauran produk yang dikeluarkan oleh Bank Nagari Cabang Solok nampaknya hampir mencapai sasaran yang diinginkan, karena dari seluruh pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengakuan nasabah terhadap bauran produk yang dihasilkan Bank Nagari Cabang Solok.

Namun demikian terdapat beberapa yang nampaknya perlu mendapat perhatian dari pihak Bank Nagari Cabang Solok, karena dari seluruh nasabah yang diteliti ternyata masih terdapat beberapa nasabah yang menyatakan tidak setuju terhadap bauran produk dari Bank Nagari Cabang Solok. Dari hasil pengumpulan data diperoleh informasi bahwa masih terdapat sebanyak 3,92% dari seluruh nasabah yang menyatakan tidak setuju terhadap bauran produk yang dihasilkan Bank Nagari Cabang Solok. Bahkan, dari hasil pengumpulan data masih terdapat nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju terhadap bauran produk yang dihasilkan Bank Nagari Cabang Solok sebanyak 2,61%. Artinya, masih terdapat sebagian kecil dari seluruh nasabah yang menurut persepsi mereka bauran produk yang dihasilkan Bank Nagari Cabang Solok yang masih belum memuaskan nasabah.

Evaluasi yang perlu bagi Bank Nagari Cabang Solok hendaknya dapat dikonsentrasikan pada persepsi nasabah yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju pada bauran produk Bank Nagari Cabang Solok. Dari kedua kondisi tersebut yakni tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap bauran produk hendaknya dapat dijadikan sebagai masukan yang berharga bagi pihak Bank Nagari Cabang Solok terutama dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah sehingga jumlah nasabah akan terus mengalami peningkatan.

#### 1. Kemudahan Dalam Membuka Rekening

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan dirinci menurut indikator, tampak bahwa pada umumnya nasabah senang-tiasa menilai kemudahan dalam membuka rekening baru pada Bank Nagari Cabang Solok sebagai tempat untuk melakukan transaksi perbankan. Dengan nilai rata-rata skor sebesar 4,49 dengan memperoleh tingkat pencapaian sebesar 89,76%. Tingginya tingkat pencapaian yang dicapai oleh indikator ini menunjukkan adanya perhatian nasabah yang cukup besar terhadap pelayanan yang diberikan

Bank Nagari Cabang Solok khususnya dalam pembukaan rekening baru.

Sementara itu, pada kesempatan pengumpulan data yang sama juga diperoleh informasi bahwa nasabah yang menyatakan **sangat setuju** terhadap bauran produk Bank Nagari Cabang Solok sebagai bank yang dengan mudah mengurus pembukaan rekening baru. setiap transaksi perbankan terdapat sebanyak 63,65% dari seluruh nasabah yang diteliti. Nilai tersebut sekaligus merupakan persentase yang tertinggi diantara seluruh indikator yang termasuk ke dalam variabel bauran produk. Artinya, mayoritas nasabah menyatakan **sangat setuju** dengan adanya berbagai kemudahan dalam membuka rekening pada Bank Nagari Cabang Solok.

Selanjutnya, sebanyak 27,16% dari seluruh nasabah menyatakan **setuju** jika dinyatakan Bank Nagari Cabang Solok sebagai tempat transaksi perbankan yang mempermudah dalam pembukaan rekening.

Persepsi nasabah nampaknya masih ada juga yang merasa **sangat tidak setuju** terhadap anggapan bahwa pada Bank Nagari Cabang Solok sangat mudah dalam pembukaan rekening. persentase yang dapat ditunjukkan dari hasil pengumpulan data dimana terdapat sebanyak 4,32% dari seluruh nasabah yang menyatakan **tidak setuju** jika Bank Nagari Cabang Solok dikatakan sebagai salah satu bank yang dapat mempermudah membuka rekening. Bahkan terdapat pula sebanyak 0,68% dari seluruh nasabah yang **sangat tidak setuju** dengan indikator kemudahan membuka rekening pada Bank Nagari Cabang Solok.

Dengan adanya nasabah yang memilih persepsi **sangat tidak setuju** dalam kemudahan membuka rekening, maka

Bank Nagari Cabang Solok hendaknya dapat memperhatikan pendapat nasabah tersebut dalam rangka meningkatkan dan menjaga loyalitas nasabah pada masa yang akan datang.

## 2. Kelancaran Transaksi keuangan kepada Mitra Dagang

Selanjutnya, apabila bauran produk Bank Nagari Cabang Solok dilihat dari indikator *kelancaran transaksi keuangan nasabah ke rekening mitra dagang* tampaknya indikator tersebut memperoleh tingkat pencapaian skor kedua tertinggi diantara tiga indikator yang termasuk ke dalam variabel bauran produk. Indikator *kelancaran transaksi keuangan nasabah ke rekening mitra dagang* dari hasil pengumpulan data memperoleh rata-rata skor sebesar 4,32 dengan memperoleh tingkat pencapaian sebesar 86,38%. Cukup tingginya tingkat pencapaian yang dicapai oleh indikator ini menunjukkan adanya perhatian dari nasabah terutama yang berkaitan dengan *kelancaran transaksi keuangan nasabah ke rekening mitra dagang* yang pada umumnya mereka nilai selama ini setiap transaksi keuangan nasabah kepada mitra dagang tidak pernah mendapatkan kendala.

Jika dilihat lebih rinci persepsi dari seluruh pernyataan nasabah yang berkaitan dengan *kelancaran transaksi keuangan nasabah ke rekening mitra dagang* terdapat sebanyak 57,43% yang menyatakan **sangat setuju** apabila transaksi keuangan nasabah ke mitra dagang pada Bank Nagari Cabang Solok dapat berjalan dengan mulus. Artinya, dari seluruh nasabah yang tercatat pada Bank Nagari Cabang Solok pada umumnya memberikan persepsi yang positif. Kondisi tersebut hendaknya menjadi bahan masukan yang berharga bagi Bank Nagari Cabang Solok dalam rangka meningkat-



kan loyalitas nasabah pada masa yang akan datang.

Selanjutnya, dari seluruh pernyataan nasabah yang menyatakan setuju terhadap kelancaran transaksi keuangan nasabah ke rekening mitra dagang ditunjukkan dengan adanya pilihan nasabah sebanyak 28,78%. Artinya, dari seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Solok cukup banyak nasabah yang menyatakan setuju terhadap pelayanan bank terutama dalam kelancaran transaksi keuangan nasabah ke rekening mitra dagang.

Cukup besarnya perhatian nasabah yang setuju terhadap kelancaran transaksi keuangan nasabah ke rekening mitra dagang tersebut hendaknya menjadi bahan kajian lebih jauh oleh pihak Bank Nagari Cabang Solok guna lebih meningkatkan loyalitas nasabah pada masa yang akan datang.

Namun, disisi lain dari seluruh nasabah yang setuju dengan kelancaran transaksi, terdapat pula nasabah yang menyatakan dengan persepsi tidak setuju terhadap kelancaran transaksi keuangan nasabah ke rekening mitra dagang yang ditunjukkan oleh Bank Nagari Cabang Solok, dari hasil pengumpulan data diperoleh angka sebesar 5,00%. Artinya, dari seluruh nasabah Bank Nagari Cabang Solok masih terdapat sebanyak 5,00% yang menyatakan tidak setuju terhadap kelancaran transaksi keuangan nasabah ke rekening mitra dagang yang ditunjukkan oleh Bank Nagari Cabang Solok. Sekalipun persentasenya cukup rendah, namun persepsi nasabah tersebut seyogyanya dapat dijadikan input berharga guna dijadikan bahan pertimbangan dalam rangka perencanaan Bank Nagari Cabang Solok pada masa yang akan datang.

### 3. Pemberitahuan Saldo Rekening

Berdasarkan hasil pengumpulan data, tampak bahwa pemberitahuan saldo merupakan indikator yang cukup tinggi dalam memperoleh tingkat pencapaian skor. Indikator pemberitahuan saldo dari hasil pengumpulan data memperoleh rata-rata skor sebesar 4,21 dengan memperoleh tingkat pencapaian sebesar 84,11 persen. Cukup tingginya tingkat pencapaian yang dicapai oleh indikator pemberitahuan saldo menunjukkan adanya kepedulian yang cukup besar dari nasabah terhadap kecepatan dan profesionalisme petugas Bank Nagari Cabang Solok.

Selanjutnya, dapat pula dikemukakan secara rinci pilihan nasabah terhadap indikator pemberitahuan saldo yang menyatakan sangat setuju dengan kepedulian Bank terhadap keperluan nasabah untuk mengetahui saldo rekeningnya tercatat sebanyak 44,59 persen dari seluruh nasabah yang diteliti. Artinya, hampir separuh dari seluruh nasabah yang diteliti menyatakan sangat setuju jika pihak Bank Nagari Cabang Solok sangat perhatian terhadap permintaan nasabah terutama dalam memberitahukan saldo rekening.

Sementara itu, pada kesempatan pengumpulan data yang sama juga menghasilkan informasi bahwa nasabah Bank Nagari Cabang Solok menyatakan setuju jika Bank Nagari Cabang Solok selama ini senantiasa memperhatikan kepentingan nasabah terutama dalam hal pemberitahuan saldo rekening nasabah. Pencapaian yang diperoleh terdapat sebanyak 41,35 persen dari seluruh nasabah yang diteliti. Nilai tersebut memberikan arti bahwa, sebanyak 41,35 persen dari seluruh nasabah menyatakan setuju untuk pelayanan Bank Nagari Cabang Solok dalam hal pemberitahuan

saldo rekening. Tanggapan nasabah yang positif tersebut kiranya dapat dipertahankan oleh pihak Bank Nagari Cabang Solok, karena dari indikator tersebut paling tidak akan diperoleh dampak yang positif terhadap loyalitas nasabah terhadap bank.

Namun demikian, dari seluruh nasabah yang menyatakan setuju dan sangat setuju, sebagian kecil masih ada nasabah yang merasa **tidak setuju** bahkan **sangat tidak setuju** terhadap kecepatan pelayanan bank terutama dalam hal pemberitahuan saldo rekening nasabah. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari hasil pengumpulan data dimana terdapat sebanyak 2,43 persen dari seluruh nasabah yang diteliti yang **tidak setuju**, dan sebanyak 3,78 persen yang menyatakan **sangat tidak setuju** jika Bank Nagari Cabang Solok dapat memberitahukan saldo rekening nasabahnya dengan cepat dan akurat. Dengan adanya persepsi nasabah tersebut hal ini mengandung arti bahwa dari seluruh nasabah yang memberikan tanggapan positif, sebagian kecil masih ada yang menanggapi kurang positif terhadap pelayanan bank terutama yang berkaitan dengan pemberitahuan saldo rekening kepada nasabah Bank Nagari Cabang Solok.

Para pengambil kebijakan pada Bank Nagari Cabang Solok hendaknya dapat memperhatikan tanggapan yang kurang positif tersebut dalam rangka membina nasabah agar mereka dapat menjadi nasabah yang loyal kepada Bank Nagari Cabang Solok.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan empiris dan membahas seluruh temuan selanjutnya penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini :

Pada umumnya nasabah menunjukkan loyalitas yang tinggi terhadap Bank Nagari Cabang Solok. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata skor persepsi nasabah yang mencapai 4,15 dengan tingkat pencapaian sebesar 83,03 persen.

Dilihat menurut indikator dalam variabel Loyalitas nasabah tertinggi ditunjukkan dengan pemanfaatan bank untuk seluruh transaksi perbankan yang dilakukan oleh nasabah pada Bank Nagari Cabang Solok Kabupaten Mandahiling Natal.

Bauran produk yang paling menarik bagi nasabah dan memberikan kontribusi dan pengaruh yang besar terhadap loyalitas nasabah Bank Nagari Cabang Solok adalah kemudahan dalam proses pembukaan rekening baru yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Solok

### Saran

Bertitik tolak dari hasil kesimpulan yang telah diuraikan di atas selanjutnya penulis mengajukan saran sebagai berikut :

1. Dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah terhadap Bank Nagari Cabang Solok, disarankan agar pengelola dan pengambil kebijaksanaan Bank Nagari Cabang Solok dapat melakukan evaluasi terhadap keberhasilan dan kelemahan dalam rangka memberikan pelayanan kepada nasabah.
2. Dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah juga perlu melakukan pengembangan bauran produk yang dihasilkan oleh Bank Nagari Cabang Solok. Dengan lebih bervariasinya bauran produk maka nasabah akan memiliki banyak pilihan untuk tetap memanfaatkan jasa perbankan dari Bank Nagari Cabang Solok.

3. Dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah salah satu bauran produk yang mungkin dapat dikembangkan adalah melakukan penjemputan atau pengantaran dana nasabah, sehingga keamanan nasabah dari hal-hal yang tidak diinginkan dapat terjaga dengan baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alida Palianti. 2004. Pengaruh Tingkat kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Wilayah Etnik Bugis, *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen*, Vol. 1, No.2, pp 65-74
- Buchari Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung:CV Alfabeta
- Cravens, David W. 2000. *Pemasaran Strategis*, Jakarta : Erlangga
- Faisal Afif. 2002. *Manajemen Pemasaran Global*, Bandung:Eresco
- Griffin. 2005. Perilaku konsumen. Edisi kelima. Jilid 2. Jakarta. Erlangga
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : CV Alfabeta
- Kartajaya, Hermawan. 2004. *Marketing Plus 2000, Siasat Memenangkan Persaingan Global*, Jakarta : PT Gramedia.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta : Erlangga
- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair dan Carl Daniel. 2001. *Pemasaran*, Edisi kelima, Jakarta : Salemba Empat
- Mowen, John C. & Michael Minor. 2002. *Perilaku konsumen*, Edisi kelima, Jilid 2, Jakarta : Erlangga
- Nelssen, T. 1992. Two Kinds of Customer Switching Cost, *Rand Journal of Economic*, 23 (4)
- Panji Anoraga. 2000. *Manajemen Bisnis*, Jakarta : PT Rineka Cipta
- Palianti. 2004. *Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : CV Alfabeta
- Payne. Adrian. 2000. *The Essence of Service Marketing : Pemasaran Jasa*, Terjemahan Fandi Tjiptono.. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Tjiptono. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga
- Umar Sekaran. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta. Gramedia