

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk layanan *marketing* di KSU Aneka Jasa *Rhan Syariah* Kota Parepare merupakan salah satu alasan masyarakat memilih menjadi nasabah. Adanya faktor yang mempengaruhi mereka dalam memutuskan memilih KSU pegadaian syariah, yakni pelayanan yang maksimal berkualitas yang diberikan KSU pegadaian syariah tersebut kepada nasabah.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah meminjam dana di KSU Aneka Jasa *Rhan Syariah* Kota Parepare berdasarkan bentuk-bentuk layanan *marketing* yang diterapkan yaitu diantaranya :
 - a. *Tangible* yaitu berupa *performance*/karakteristik pelayanan fasilitas fisik, kenyamanan tempat pelayanan, dan peralatan berbagai media komunikasi. Pada dimensi ini kenyamanan tempat pelayanan dan kedisiplinan pegawai dalam melakukan pelayanan sudah berjalan sesuai harapan nasabah
 - b. *Reliability* adalah kemampuan dalam memenuhi janji, baik tentang penyampaian produk, harga atau penanganan masalah complain dan memberikan layanan sebagaimana yang dijanjikan secara tepat, akurat dan pasti. Pelaksanaan pada dimensi ini belum sepenuhnya berjalan sesuai harapan nasabah, karyawan masih belum cermat dalam melayani ini terbukti dari adanya complain/keluhan yang diterima KSU dari nasabah yang dilayani karena ketidakcermatan karyawan yang memberikan layanan.
 - c. *Responsiveness* adalah kesediaan karyawan untuk membantu nasabah dan menyelenggarakan pelayanan secara tepat waktu. Penilaian kualitas layanan yang sudah berjalan sesuai harapan nasabah dalam dimensi ini

antara lain merespon setiap nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan, karyawan melakukan pelayanan dengan cepat dan baik, dan semua keluhan complain nasabah direspon oleh karyawan.

- d. *Assurance* yaitu jaminan kepastian akan layanan yang diberikan atau kemudahan untuk melakukan suatu transaksi keuangan . Penilaian kualitas layanan yang berjalan sesuai harapan nasabah dalam dimensi ini yakni pegawai memberikan jaminan kepastian berupa tanda cek yakni tanda bukti transaksi kepada nasabah.
 - e. *Empathy* yaitu sikap yang menyenangkan dari karyawan serta perhatian yang lebih pribadi kepada konsumen. Penilaian kualitas layanan yang sudah berjalan sesuai harapan nasabah dalam dimensi ini antara lain komunikasi pelayanan yang berjalan dengan baik dengan cara komunikasi karyawan yang melayani dengan sopan dan santun, karyawan tidak diskriminatif atau membeda-bedakan, dan menghargai setiap pengguna layanan yakni nasabah
3. Bentuk pelayanan *marketing* yang diterapkan KSU Aneka Jasa *Rhan Syariah* Kota Parepare mempunyai dampak yang positif, ini terbukti dari hasil wawancara peneliti kepada nasabah yang merasa senang dan puas terhadap pelayanan yang diberikan karyawan kepada mereka.

Dilihat dari kesimpulan-kesimpulan ini, pelayanan yang dilakukan KSU dapat membuat nasabah merasa puas dan ini membuat nasabah menjadi loyal dan kemudian mendatangkan nasabah-nasabah baru karena adanya anjuran-anjuran yang diperoleh dari nasabah yang telah loyal kepada KSU. Dan dari sini peneliti menyimpulkan bahwa masyarakat memutuskan menjadi nasabah di KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare melihat dari pelayanan *marketing* yang berkualitas yang dilakukan karyawan.

5.2 Saran

Adapun saran yang patut diajukan dalam penelitian skripsi ini adalah kualitas pelayanan yang harus terus ditingkatkan agar para nasabah merasa lebih puas dan terus berlanggan/ loyal kepada perusahaan.



