

Kajian Kepuasan Berdasarkan Pengalaman Nasabah dalam Pemberian Fasilitas Kredit BNI Fleksi pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) TBK. Kantor Cabang Kendari

Ruspian

Universitas Mulawarman, Indonesia

Email : ruspian@fkip.unmul.ac.id

KATA KUNCI	ABSTRAK
Kinerja (Performance), Kepercayaan Produk, Kesesuaian (Conformance), Kemampuan Jasa (Serviceability) Dan Kualitas Yang Dipersepsikan (Perceived)	Tujuan penelitian ini adalah; Untuk mengetahui kepuasan berdasarkan pengalaman nasabah dalam pemberian fasilitas Kredit BNI Fleksi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari. Informan penelitian ini adalah nasabah yang mengajukan Kredit BNI Fleksi di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari. Informan kunci dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari yang mengajukan kredit yang di bagi atas 3 kriteria nasabah yaitu karyawan BUMN, karyawan swasta serta pegawai pemerintahan. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menyatakan bahwa (1) Nasabah merasa puas dengan kinerja (<i>performance</i>), namun nasabah juga merasa kurang puas dengan pelayanan atas kurang transparan dalam pemberian informasi mengenai pengambilan kredit; (2) Kepercayaan produk bahwa nasabah sudah merasa puas, namun nasabah masih harus mempertimbangkan untuk pengambilan kredit; (3) Kesesuaian (<i>conformance</i>) bahwa kepuasan nasabah terletak pada kesesuaian suatu produk yang ditawarkan melalui fasilitas BNI Fleksi sudah akurasi dan tidak adanya keterlambatan pencairan kredit yang sesuai dengan waktu ditentukan; (4) kemampuan jasa (<i>serviceability</i>) bahwa kepuasan nasabah ada pada kemampuan yang baik dari karyawan menjelaskan fasilitas kredit BNI Fleksi serta komunikasi yang dijalin oleh karyawan sopan. Namun ada juga nasabah tidak merasakan kepuasan mengenai kemampuan karyawan, sebab nasabah beranggapan bahwa tidak semua karyawan berkomunikasi dengan baik; (5) Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived</i>) bahwa kepuasan nasabah ada pada manfaat yang dirasakan, namun nasabah kecewa masalah penalti pelunasan kreditnya yang sangat mahal.
KEYWORD <i>Performance (Performance), Product Trust, Conformance (Conformance),</i>	ABSTRACT <i>The aims of this research are; To find out satisfaction based on customer experience in providing BNI Fleksi Credit facilities at PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.</i>

*Serviceability
(Serviceability) and
Perceived Quality
(Perceived)*

Kendari Branch Office. Informants of this research are customers who apply for BNI Fleksi Credit at PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari Branch Office. key informants in this study were customers of PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. The Kendari Branch Office that applies for credit is divided into 3 customer criteria, namely BUMN employees, private employees and government employees. The data analysis technique used is descriptive qualitative. The results of the study state that (1) customers are satisfied with the performance, but customers are also dissatisfied with the service due to the lack of transparency in providing information regarding credit taking; (2) product trust that customers are satisfied, but customers still have to consider taking credit; (3) Conformance that customer satisfaction lies in the suitability of a product offered through the BNI Fleksi facility with accuracy and no delay in credit disbursement according to the specified time; (4) serviceability that customer satisfaction is in the good ability of employees to explain BNI Fleksi credit facilities and communication made by polite employees. However, there are also customers who do not feel satisfied with the employee's abilities, because customers think that not all employees communicate well; (5) The perceived quality (perceived) that customer satisfaction is in the perceived benefits, but customers are disappointed with the problem of the penalty for paying off the loan, which is very expensive.

Ruspian

ruspian@fkip.unmul.ac.id

artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi



PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen adalah aspek krusial dalam pemasaran jasa, termasuk sektor perbankan. Sukmana (2022) menyatakan bahwa kepuasan merupakan upaya dalam pemenuhan suatu kebutuhan. Sementara itu, menurut Kotler (2007), kepuasan konsumen muncul ketika kinerja produk atau jasa sesuai atau melebihi harapan. Dari pengertian ini, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan sangat menentukan kepuasan nasabah, dan secara langsung berpengaruh terhadap keberlanjutan dan reputasi sebuah institusi, terutama dalam industri perbankan.

Nasabah akan merasa puas apabila aspek-aspek seperti suku bunga, prosedur kredit, dan kualitas pelayanan bank sesuai dengan harapan mereka (Mauliansyah & Ghalib, 2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah tidak hanya berasal dari persepsi terhadap kualitas jasa, tetapi juga dari kualitas produk, harga, dan kondisi situasional tertentu. Menurut Matantu (2020), lima dimensi kualitas jasa yang berpengaruh adalah bukti fisik (tangible),

keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy).

Dalam era persaingan yang sangat kompetitif, pemasaran menjadi senjata penting bank untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Persaingan yang ketat menuntut bank untuk terus berinovasi dan melakukan berbagai strategi guna mempertahankan loyalitas nasabahnya. Setiawan (2024) menyoroti pentingnya pemahaman terhadap perilaku konsumen yang sangat bervariasi tergantung pada usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan status sosial ekonomi. Perilaku konsumen atau nasabah, sebagaimana dikemukakan oleh Sudirjo, mencakup keseluruhan proses mulai dari pencarian informasi, pembelian, hingga evaluasi setelah penggunaan produk atau jasa.

Sebagai lembaga keuangan, perbankan memainkan peran sentral dalam mengelola dana masyarakat, menghimpunnya dalam bentuk simpanan, lalu menyalurkannya dalam bentuk kredit. Pemberian kredit tidak dapat dilakukan sembarangan, melainkan harus didasarkan pada prinsip kehati-hatian yang dikenal dengan Prinsip 5C: Character, Capacity, Capital, Collateral, dan Condition of Economy. Salah satu elemen penting dalam pemberian kredit adalah agunan, yang berfungsi sebagai jaminan apabila terjadi gagal bayar. Oleh sebab itu, pelayanan yang baik dalam proses ini akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah.

Kepercayaan publik terhadap bank sangat dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan. Sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank dituntut untuk dikelola secara profesional, inovatif, dan berhati-hati. Pelayanan yang memuaskan nasabah akan menciptakan loyalitas dan reputasi yang baik. Namun, ekspektasi nasabah kini telah bergeser; tidak hanya sekadar ingin dipenuhi kebutuhannya, tetapi juga ingin mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan bermakna.

Untuk itu, bank perlu menerapkan experiential marketing yang menekankan pada penciptaan pengalaman positif melalui panca indera (sense), perasaan (feel), pemikiran (think), tindakan fisik (act), dan keterhubungan sosial (relate). Strategi ini diyakini dapat meningkatkan keputusan nasabah dalam memilih produk bank tertentu.

Produk kredit Fleksi dari Bank BNI merupakan salah satu fasilitas yang ditujukan kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS). Kredit ini disesuaikan dengan besaran gaji dan masa dinas pegawai. Karena gaji PNS dibayarkan melalui BNI, proses pengajuan kredit menjadi lebih mudah dan terfasilitasi. Namun, tetap dibutuhkan serangkaian prosedur evaluasi seperti pemeriksaan data, wawancara, dan analisis kelayakan kredit.

Dalam pengambilan keputusan, nasabah cenderung membandingkan pengalaman aktual dengan harapannya. Apabila harapan tidak terpenuhi, maka nasabah akan meninggalkan produk atau layanan tersebut. Sebaliknya, jika pengalaman positif dirasakan, maka nasabah cenderung loyal dan melakukan pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap customer experience sangat penting dalam menentukan strategi pelayanan yang tepat.

Penelitian sebelumnya telah membuktikan pentingnya kepuasan nasabah, seperti studi oleh Ningsih (2021) terhadap Bank Muamalat di Kota Bengkulu yang menemukan adanya kesenjangan dalam pelayanan terhadap dimensi seperti keandalan, jaminan, dan empati. Begitu pula dengan penelitian Nur (2022) pada Bank Mandiri di Tanjung Pinang yang menyimpulkan bahwa secara umum nasabah merasa puas, meskipun ada beberapa kekurangan dalam aspek tertentu.

Namun, sebagian besar studi sebelumnya berfokus pada bank konvensional dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian terkait pengalaman nasabah dalam pengambilan kredit belum banyak dilakukan, terutama dengan pendekatan kualitatif. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mendalam melalui pendekatan fenomenologi yang mampu menggali makna dan perasaan nasabah secara utuh. Ini penting, karena layanan pada bank konvensional dan syariah memiliki karakteristik yang berbeda.

Customer experience bukan hanya soal pelayanan teknis, tetapi juga menyangkut pengalaman emosional dan psikologis yang dialami nasabah selama berinteraksi dengan produk dan layanan bank. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap gaya hidup dan preferensi konsumen menjadi kunci penting dalam menciptakan layanan yang memuaskan.

Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa bisnis perbankan sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat. Dalam hal pengambilan kredit, masyarakat harus selektif dalam memilih bank yang aman dan memberikan pelayanan terbaik. Bank yang memiliki prosedur transparan, pelayanan ramah, dan suku bunga kompetitif lebih mungkin untuk dipilih oleh nasabah.

Suku bunga sendiri merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit. Ketika bunga tinggi, masyarakat akan cenderung menyimpan uang dibanding mengambil pinjaman. Sebaliknya, bunga rendah membuat masyarakat tertarik untuk mengambil kredit, karena cicilan menjadi lebih ringan. Oleh karena itu, pengelolaan suku bunga yang baik turut menentukan tingkat kepuasan nasabah.

Berdasarkan fenomena-fenomena di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh berbagai aspek, baik yang bersifat teknis seperti prosedur kredit dan suku bunga, maupun non-teknis seperti pengalaman emosional dalam berinteraksi dengan bank. Karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai kepuasan nasabah dalam konteks pengambilan kredit BNI Fleksi, khususnya pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari.

METODE

Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif. “Metode deskriptif-kualitatif menitik beratkan pada observasi dan suasana alamiah (natural setting)”. Peneliti terjun langsung kelapangan, bertindak sebagai pengamat. Membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatatnya dalam buku observasi. Penelitian deskriptif ini ditujukan untuk mengumpulkan data, informasi secara aktual dan rinci yang menggambarkan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi.

Data dari wawancara akan dianalisis melalui analisis deskriptif yang disajikan dalam bentuk kualitatif dari bahan wawancara. Peneliti bertindak sebagai pengamat. Disini mengapa peneliti menggunakan metode kualitatif, karena peneliti ingin menghasilkan data yang deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati khususnya mengenai Kajian Kepuasan Berdasarkan Pengalaman Nasabah Dalam Pemberian Fasilitas Kredit BNI Fleksi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Kajian Kepuasan Berdasarkan Pengalaman Nasabah Dalam Pemberian Fasilitas Kredit BNI Fleksi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari yang beralamat di Jl. DR. Moh. Hatta, Sodohoa, Kendari Barat, Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Prinsip 5C (*Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition of Economic*) pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari melakukan mekanisme pelaksanaan analisa kredit prinsip 5C. Proses analisa kredit ini bertujuan untuk menyediakan sarana analisa kredit yang efektif dan efisien dalam rangka pengambilan keputusan kredit yang sehat. Dasar penilaian analisa kredit ini berdasarkan prinsip 5C, yaitu:

Character

Character adalah keadaan watak/sifat calon debitur, baik dalam kehidupan pribadi, maupun dalam lingkungan usaha. Bisa dilihat pula dari latar belakang debitur, pekerjaan, keadaan keluarga, hobi dan jiwa sosialnya. Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari *character* sangatlah penting karena berguna untuk mengetahui sampai sejauh mana iktikad/kemauan debitur untuk memenuhi kewajibannya (*willingness to pay*) sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan. Karakter ini merupakan faktor kunci walaupun calon debitur tersebut mampu menyelesaikan utangnya. Namun kalau tidak mempunyai iktikad baik, tentu akan timbul berbagai kesulitan bagi bank di kemudian hari.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari mempunyai cara untuk memperoleh gambaran tentang karakter dari calon nasabah melalui upaya:

1. Meneliti riwayat hidup calon nasabah
2. Melakukan pengecekan data pada SILK. (Sistem Informasi Laporan Keuangan);
3. Meneliti reputasi nasabah tersebut di lingkungan usaha atau tempat dia bekerja;
4. Melakukan bank to bank information;
5. Mencari informasi kepada asosiasi-asosiasi usaha dimana debitur berada;

Capacity

Capacity dalam hal ini merupakan suatu penilaian kepada calon debitur mengenai kemampuan melunasi kewajiban-kewajibannya dari kegiatan usaha yang dilakukannya yang akan dibiayai dengan kredit dari bank. Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari *capacity* bertujuan untuk menilai sampai sejauh mana hasil usaha yang akan diperolehnya tersebut akan mampu untuk melunasinya tepat waktu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati, dan *capacity* juga dihubungkan dengan latar belakang dan pendidikan calon debitur. Pengukuran *capacity* dari calon debitur dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan antara lain pengalaman mengelola usaha (*business record*) nya, sejarah perusahaan yang pernah dikelola (pernah mengalami masa sulit apa tidak, bagaimana mengatasi kesulitan). *Capacity* merupakan ukuran dari *ability to pay* atau kemampuan dalam membayar.

Capital

Capital adalah kondisi kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang dikelolanya. Efektif apa tidak menggunakan modal tersebut. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari juga melihat dari laporan keuangan (neraca dan laporan laba-rugi), struktur permodalan, rasio-rasio keuntungan yang diperoleh seperti *return on equity*, *return on investment*. Pengukuran juga bisa dilihat dari solvabilitas dan rentabilitas nya. Analisis capital juga diperlukan untuk mengetahui dari mana saja modal selama ini. Apakah efektif atau tidak dalam menggunakan modal. Persentase modal yang digunakan juga diperlukan berapa modal sendiri dan berapa modal pinjaman. Dari kondisi di atas bisa dinilai apakah layak pelanggan diberi pembiayaan, dan seberapa besar plafon pembiayaan yang layak diberikan.

Collateral

Collateral adalah jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun nonfisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah kredit yang diinginkan. Pada hakikatnya bentuk collateral tidak hanya berbentuk kebendaan bisa juga collateral tidak berwujud, seperti jaminan pribadi (*bortogch*), *letter of guarantee*, rekomendasi.

Penilaian terhadap collateral ini dapat ditinjau dari 2 (dua) segi yaitu:

1. Segi ekonomis yaitu nilai ekonomis dari barang-barang yang akan digunakan.
2. Segi yuridis apakah agunan tersebut memenuhi syarat-syarat yuridis untuk dipakai sebagai agunan. Jaminan yang diterima oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari yaitu berupa kendaraan, tanah dan bangunan, peralatan, perlengkapan (mesin), persediaan, sertifikat SHU, sertifikat SGB. Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari agunan yang paling dominan dalam menilai permohonan kredit yaitu SK kerja.

Condition of economic

Dalam memberikan kredit PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari juga melihat dari segi kondisi ekonomi, sosial dan politik. Penilaian kondisi atau prospek di bidang usaha yang di biayai benar-benar memiliki prospek yang baik sehingga kemungkinan terjadi kredit bermasalah relatif kecil. Ada suatu usaha yang sangat tergantung dari kondisi perekonomian, oleh karena itu perlu mengaitkan kondisi ekonomi dengan usaha calon debitur. Permasalahan mengenai condition of economic erat kaitannya dengan faktor politik, peraturan perundang-undangan negara dan perbankan pada saat itu serta keadaan lain yang mempengaruhi pemasaran seperti gempa bumi, tsunami, longsor, banjir. Sebagai contoh beberapa saat yang lalu terjadi gejolak ekonomi yang bersifat negatif dan membuat nilai tukar rupiah menjadi sangat rendah, hal ini menyebabkan perbankan akan menolak setiap bentuk kredit investasi maupun konsumtif.

Masalah yang timbul dalam pemberian kredit tanpa agunan BNI Fleksi di Bank BNI

Pemberian kredit merupakan kegiatan utama bank yang mengandung resiko yang dapat memberikan pengaruh terhadap kesehatan dan kelangsungan usaha bank. Sehingga dalam pelaksanaannya harus berdasarkan asas – asas perkreditan yang sehat serta menguntungkan bagi pihak bank, konsisten dan berkesinambungan serta menjalankannya dengan prinsip 5 C

yaitu; *Character* (keperibadian), *Capacity* (Kemampuan), *Capital* (modal), *Collateral* (Jaminan), *Condition Of Economic* (Kondisi Ekonomi).

Dalam pelaksanaan pemberian suatu kredit walaupun telah melalui suatu analisis dan penggunaan prinsip 5 C, tetap saja tidak jarang akan timbul masalah – masalah yang bisa terjadi dalam kegiatan perbankan tersebut. Dimana hampir tidak mungkin semua kredit yang akan disalurkan berjalan dengan baik 100%. Sehingga tidak sedikit bank yang akan menghadapi kredit bermasalah yang merupakan yang merupakan resiko yang dihadapi oleh bank, pasti bank akan mengalami kerugian apabila masalah tersebut timbul dalam penyaluran kredit tanpa agunan BNI Fleksi.

Berikut ini adalah masalah-masalah yang dihadapi oleh Bank BNI Cabang Kota Kendari dalam pemberian Kredit Tanpa Agunan BNI Fleksi :

Kredit tanpa agunan BNI Fleksi, sering kali nasabah mengalami keterlambatan dalam membayar angsuran pokok dan bunga, kejadian tersebut diakibatkan karena :

1. Perusahaan telat membayarkan gaji kepada karyawan Keterlambatan pembayaran gaji oleh perusahaan akan memberikan dampak pula bagi kelangsungan pembayaran angsuran nasabah BNI Fleksi.
2. Terjadinya kolektibilitas. Kolektibilitas yaitu gambaran kondisi pembayaran pokok dan bunga pinjaman serta tingakat kemungkinan diterimanya kembali pinjaman yang telah diberikan. Kolektibilitas kredit terdiri dari 5 (lima) macam, yaitu :
 - 1) Kredit lancar , apabila memenuhi kriteria :
 - a) Pembayaran angsuran pokok dan/atau bunga tepat waktu, dan
 - b) Memiliki mutasi rekening yang aktif. Kredit tanpa agunan dikatakan lancar apabila perjalanan pembayaran bunga dan angsur pokoknya itu lancar dilakukan setiap bulannya sesuai tanggal yang telah disepakati diawal perjanjian antara pihak Bank BNI dengan Nasabah.
 - 2) Kredit Dalam Perhatian Khusus (DPK), apabila memenuhi kriteria
 - a) Terdapat tunggakan angsuran pokok dan/atau bunga yang belum melampaui 60 (Enam puluh) hari, atau
 - b) Mutasi rekening relatif aktif, atau
 - c) Jarang terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan, atau
 - d) Didukung oleh pinjaman baru. Suatu kredit tanpa agunan dapat dikatakan kredit dalam perhatian khusus apabila delama dalam 1 sampai 2 bulan mutasinya itu mulai tidak lancar dan disitulah debitur mulai menunggak. Maka , pihak bank BNI menyebut tipe nasabah tersebut menggolongkan kedalam nasabah dalam perhatian khusus.
 - 3) Kredit tidak lancar, apabila memenuhi kriteria :
 - a) Terdapat tunggakan angsuran pokok dan/atau bunga yang telah melampaui 90 (sembilan puluh) hari atau 180 (seratus delapan puluh) hari, atau
 - b) Frekuensi rekening relatif rendah, atau
 - c) Terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan lebih dari 90 (sembilan puluh) hari.
 - d) Terjadi indikasi masalah keuanagn debitur.

- e) Dokumentasi pinjaman lemah. Nasabah yang tergolong kedalam kredit tidak lancar yaitu nasabah yang selama 3 bulan atau 6 bulan mutasinya tidak berjalan dengan baik , ketika pembayaran bunga dan angsuran pokoknya tidak lancar. Usaha – usaha approach telah dilakukan tetapi hasilnya tetap kurang baik.
- 4) Kredit diragukan, apabila memenuhi kriteria :
 - a) Terdapat tunggakan angsuran pokok dan/atau bunga yang melampaui 180 (seratus delapan puluh) hari.
 - b) Terjadi wanprestasi lebih dari 180 (seratus delapan puluh) hari.
 - c) Terjadi kafitalisasi bunga.
 - d) Dokumentasi hukum yang lemah baik untuk perjanjian kredit. Di BNI yang tergolong kedalam kredit diragukan apabila kredit yang sudah tidak lancar dan telah pada jatuh temponya belum juga dapat diselesaikan oleh debitur yang bersangkutan.
- 5) Kredit macet, apabila memenuhi kriteria :
 - a) Terdapat tunggakan angsuran pokok dan/atau bunga yang telah melampaui 270 (dua ratus tujuh puluh) hari.
 - b) Kerugian operasional ditutup dengan pinjaman baru.
 - c) Dari segi hukum kondisi pasar dan tidak ada jaminan yang bisa menutupi hutangnya tersebut.

Yang tergolong kedalam kredit macet pada kredit BNI Fleksi yaitu apabila kelanjutan dari usaha penyelesaian atau pengaktifan kembali kredit yang tidak lancar dan usaha itu tidak berhasil, barulah kredit tersebut dikategorikan kedalam kredit macet.

Cara penyelesaian masalah Kredit tanpa agunan BNI Fleksi yang di hadapi oleh Bank BNI

Adapun upaya yang dilakukan Bank BNI untuk menyelesaikan masalah-masalah yang muncul dalam dalam kredit tanpa agunan BNI Fleksi yaitu sebagai berikut :

1. Ketika pada saat jatuh tempo debitur tidak membayar , maka pihak dari Bank BNI akan mengingatkan via SMS yang berisi pesan sebagai berikut : “ bahwa nasabah harus segera membayar pada tanggal yang telah ditetapkan, apabila debitur telah membayar, abaikan pesan ini.”
2. Jika nasabah belum juga membayar dan telah melewati batas 2 (dua) minggu , maka dari pihak BNI Collections akan terus mengingatkan via telepon setiap harinya sampai nasabah membayar angsuran +bunga.
3. Apabila pihak nasabah telah diingatkan dan telah ditelepon berkali-kali, tetapi nasabah tidak menggubris , maka pihak Bank BNI akan menelepon ketempat nasabah bekerja, bahwa karyawannya tersebut memiliki tunggakan kepada Bank BNI. Sehingga bendaharawan tempat debitur bekerja akan membayarkan gaji karyawannya tersebut kepada Bank BNI sejumlah tunggakan+bunga.
4. Apabila debitur tidak memiliki itikad baik, maka pihak Bank BNI akan mengirimkan personil (debtcollector) dari collection loans jakarta untuk mendatangi kerumah nasabah yang bersangkutan. Untuk membicarakan bagaimana kesanggupan dari pihak nasabah.

Pembahasan Hasil Penelitian

Kinerja (*performance*)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa 4 (empat) informan dari total 9 informan memberikan tanggapan bahwa kinerja dari PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari menyangkut pemberian fasilitas Kredit BNI Fleksi sudah merasakan kepuasan yang dikarenakan pelayanan pada Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari sangat baik dan informan memberikan tanggapan bahwa pelayanan yang diberikan sudah bagus, hal ini terkait dengan pemberian informasi yang transparan serta karyawan berkomitmen dan bertanggung jawab penuh untuk kepuasan nasabah.

Namun informan lainnya memberikan tanggapan mengenai kinerja dari PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari menyangkut pemberian fasilitas Kredit BNI Fleksi masih perlu pertimbangan yang dikarenakan sifat dan watak dari karyawan yang masih kurang transparan.

Kinerja merupakan suatu gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi, visi serta organisasi. Pada dasarnya pengertian kinerja berkaitan dengan tanggung jawab individu atau organisasi dalam menjalankan apa yang menjadi wewenang dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Sehingga hasil penelitian disimpulkan bahwa dalam aspek Kinerja (*performance*) persepsi informan bahwa penilaian tentang kinerja pelayanan pada Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari sudah baik dan informan juga memberikan persepsi sangat bagus serta ke tahap sangat memuaskan. Namun ada informan juga memberikan persepsi tidak semua karyawan kinerjanya dapat memuaskan nasabah. Sifat dan watak karyawan Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari untuk menjadi pertimbangan dalam pengambilan Kredit BNI Fleksi dipersepsikan oleh informan sangat baik sehingga karyawan memiliki komitmen dan kelancaran dalam mempertanggungjawabkan fasilitas pemberian Kredit BNI Fleksi. Sehingga Kinerja (*performance*) disimpulkan bahwa apabila kinerja aktual produk memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas atau sebaliknya. Kinerja sebagai hasil yang dirasakan. Apabila harapan nasabah merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah tentang apa yang akan diterimanya nilai dia menggunakan Kredit atau mengkonsumsi suatu produk, maka kinerja merupakan persepsi nasabah terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang digunakan.

Sesuai dengan teori dari Jakaria (2024) menyatakan bahwa Kinerja (*performance*) merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif nasabah yang pada dasarnya bersifat umum.

Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumarsid (2022) menyimpulkan bahwa Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik yang ditawarkan. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya yaitu mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk yang bersangkutan, menilai dan

membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.

Kepercayaan Produk

Kepercayaan produk atas pemberian Kredit BNI Fleksi dari 3 (tiga) dari total informan menyatakan bahwa kepuasan sudah dirasakan dalam hal ini resiko yang di rasakan oleh nasabah tidak ada, karena PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari menekankan kepercayaan kepada nasabah. Namun informan lainnya kurang puas, yang dikarenakan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari memberikan penalti kepada nasabah apabila keterlambatan membayar.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pada aspek kepercayaan produk mengenai pengambilan kredit BNI Fleksi memiliki resiko dalam penggunaannya informan memberikan jawaban mayoritas tidak ada, namun Ekocahyo saputra sebagai karyawan BUMN memberikan tanggapan bahwa pengambilan kredit BNI Fleksi memiliki resiko dalam penggunaannya adalah pastinya ada terkait penalti yg diterapkan jika ingin melunasi tetapi semua dikembalikan ke orangnya. Dalam penelitian ini kepercayaan atau trust didefinisikan sebagai persepsi akan kehandalan dari sudut pandang nasabah didasarkan pada pengalaman atau terpenuhinya harapan akan kinerja produk. Kepercayaan merek merupakan variabel psikologis yang mencerminkan sejumlah akumulasi awal yang melibatkan kredibilitas, integritas dan *benevolence* yang dilekatkan pada merek tertentu. Kepercayaan atas merek adalah kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada suatu merek dan risikonya karena adanya harapan bahwa merek itu akan memberikan hasil yang positif.

Mundir (2022) menyatakan bahwa kepercayaan produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan kepercayaan yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya. Kepercayaan produk adalah persepsi akan kehandalan dari sudut pandang nasabah didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan-urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan

Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani (2024) menyimpulkan bahwa Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik yang ditawarkan. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya yaitu mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk yang bersangkutan, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.

Kesesuaian (*conformance*)

Kesesuaian PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari dalam pemberian Kredit BNI Fleksi dari total 9 (sembilan) informan menyatakan bahwa pendapatan sudah sesuai dalam menentukan pengambilan kredit BNI Fleksi, sebab PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari memberikan kesesuaian kepada nasabah yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk jangka waktu yang lama, serta membeli lagi

ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama, selain itu ia akan membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, mereka tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu mementingkan harga

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa aspek kesesuaian (*conformance*) jika dilihat berdasarkan pendapatan nasabah sudah sesuai dalam menentukan pengambilan kredit BNI Fleksi di tanggapai telah sesuai untuk pengajuan kredit, karena BNI memiliki kriteria untuk calon yang akan memperoleh kredit BNI Fleksi sehubungan dengan kesesuaian suatu produk yang ditawarkan melalui fasilitas BNI Fleksi sudah akurasi di tanggapai oleh informan sudah akurasi, namun informan atas nama Akbar sebagai pegawai pemerintahan memberikan tanggapan bahwa kurang paham seperti apa tingkat akurasinya melalui fasilitas BNI Fleksi dan seperti akurasi apa yang dimaksud

Vernando (2024) menyatakan bahwa kesesuaian (*conformance*) berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain. Kesesuaian (*conformance*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya dan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan.

Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Melis, 2016; dan Siti Nur Jannah, 2015 menyimpulkan bahwa Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik yang ditawarkan. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya yaitu mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk yang bersangkutan, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.

Kemampuan jasa (*serviceability*)

Kemampuan jasa (*serviceability*) ditanggapi puas dari 9 (sembilan) total keseluruhan informan 5 (lima) diantaranya menyatakan bahwa karyawan sangat menguasai fasilitas sehingga mampu menjelaskan dengan tepat dan karyawan mampu memberikan arahan tentang produk BNI Fleksi. Sedangkan informan lain masih kurang puas, karena tidak semuanya karyawan mampu menjelaskan produk BNI Fleksi. Dilihat dari karyawan mampu memahami nasabah jika terjadi keluhan mengenai fasilitas kredit BNI Fleksi dari 9 (sembilan) total informan semua puas, karena karyawan mampu memahami nasabah jika terjadi keluhan mengenai fasilitas kredit BNI Fleksi serta karyawan berkomunikasi dengan baik oleh nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa aspek kemampuan jasa (*serviceability*) bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Hasil penelitian mengenai karyawan memiliki kemampuan menjelaskan mengenai fasilitas kredit BNI Fleksi di tanggapai baik oleh informan, namun Akbar sebagai pegawai pemerintahan memberikan tanggapan bahwa tidak semuanya karyawan mampu memberikan arahan tentang produk BNI Fleksi. Pemahaman karyawan memahami nasabah jika terjadi keluhan mengenai fasilitas kredit BNI Fleksi sudah baik karena karyawan mampu berkomunikasi dengan baik dan memberikan arahan jika nasabah memiliki kesulitan

untuk melakukan transaksi. Sehingga harapan nasabah dari waktu ke waktu berkembang, dengan semakin banyaknya informasi yang diterima nasabah, serta semakin bertambahnya pengalaman nasabah yang akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah.

Nasution (2021) menyatakan bahwa kemampuan jasa (*serviceability*) bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk, tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan jasa, proses komunikasi dengan staf, frekuensi jasa perbaikan akan kerusakan produk dan jasa lainnya. Kemampuan jasa bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa nasabah tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk, dan pelayanan lainnya.

Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaria (2023) menyimpulkan bahwa cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik yang ditawarkan. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya yaitu mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk yang bersangkutan, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.

Kualitas yang dipersepsikan (*perceived*)

Kualitas yang dipersepsikan (*perceived*) mengenai setelah mengambil kredit BNI Fleksi ada manfaat yang dirasakan ada 5 (lima) informan memberikan jawaban puas, yang dikarenakan kredit BNI Fleksi mudah diberikan walaupun ada persyaratan untuk memperoleh kredit tersebut (Sumarno et al., 2022). Namun informan lain juga memberikan tanggapan bahwa untuk memperoleh kredit BNI Fleksi harus mencari informasi, hal ini karena mengantisipasi informasi yang didapatkan dengan kenyataan yang ada. Nasabah tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk (jasa). Namun umumnya nasabah memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama, dan negara produsen. Ketahanan produk misalnya, dapat menjadi hal yang sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa aspek kualitas yang dipersepsikan (*perceived*) mengenai setelah mengambil kredit BNI Fleksi ada manfaat yang dirasakan Informan atas nama Rian suhendra, Akbar, Jasuwi dan Andi Besse memberikan jawaban bahwa banyak manfaat yang dirasakan setelah mengambil kredit BNI Fleksi dari manfaat tersebut informan mencari informasi sebelum mengambil kredit BNI Fleksi akan tetapi informan atas nama Muhammad Ali Akbar sebagai karyawan BUMN memberikan tanggapan bahwa agak kecewa ketika ingin melakukan penebusan apa yang disampaikan karyawan dahulu saat pencairan tidak sesuai yg disampaikan dimana penalti untuk pinjaman 200 juta sangat mahal, sehingga pihak bank harus memilih tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk di pasar sasaran. Dalam hal ini, kualitas produk berarti kemampuan suatu produk untuk

melakukan fungsinya, yang meliputi daya tahan, keandalan, presisi, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta ciri-ciri lain yang menunjukkan nilainya. Meskipun beberapa ciri tersebut dapat diukur secara obyektif, dari sudut pandang pemasaran, kualitas harus diukur menurut persyaratan persepsi nasabah.

Aritonang (2021) kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apa bila kinerja di bawah harapan, maka nasabah akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan, maka nasabah akan sangat puas. Berdasarkan pendapat para ahli di atas bahwa kepuasan nasabah merupakan fungsi harapan dan kinerja yaitu evaluasi nasabah terhadap kinerja produk/layanan yang sesuai atau melampaui harapan nasabah. Kepuasan nasabah secara keseluruhan mempunyai tiga antecedent yaitu kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan dan harapan nasabah. Pada umumnya harapan nasabah merupakan perkiraan akan keyakinan nasabah tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk/jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi nasabah terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

Memuaskan kebutuhan nasabah adalah keinginan setiap produsen/lembaga penyedia layanan jasa. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut, memuaskan kebutuhan nasabah dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Nasabah yang puas terhadap produk/jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali dan mengajak calon nasabah baru untuk menggunakan jasa yang telah mereka rasakan kepuasan kinerja pelayanannya.

Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaria (2023) menyimpulkan bahwa cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik yang ditawarkan. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya yaitu mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk yang bersangkutan, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner online yaitu jawaban yang diberikan oleh informan menunggu waktu lama, sehingga proses penyusunan penelitian ini butuh waktu untuk menyesuaikan.
2. Tingkat pendidikan informan yang terdiri atas SMA, Diploma dan Perguruan tinggi, yang memberikan jawaban beragam, sehingga peneliti sulit untuk mengambil kesimpulan

3. Keterbatasan selanjutnya adalah, peneliti tidak dapat memperoleh dokumentasi sebagai bahan tambahan dalam lampiran penulisan penelitian ini, karena perolehan informasi berasal dari online.
4. Kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan perolehan analisis data, maka diharapkan adanya penelitian yang lebih lanjut mengenai kepuasan dengan metode penelitian yang berbeda, informan yang lebih luas dan penggunaan instrumen penelitian yang berbeda dan lebih lengkap.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan melakukan wawancara dengan beberapa informan mengenai Kajian Kepuasan Berdasarkan Pengalaman Nasabah Dalam Pemberian Fasilitas Kredit BNI Fleksi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari Penulis menyimpulkan bahwa:

1. Nasabah merasa puas dengan kinerja (*performance*), namun nasabah juga merasa kurang puas dengan pelayanan atas kurang transparan dalam pemberian informasi mengenai pengambilan kredit.
2. Kepercayaan produk dalam penelitian ini di temukan bahwa kepuasan nasabah dalam hal kepercayaan produk BNI Fleksi mayoritas percaya untuk pengambilan kredit ini karena dapat membantu dalam pemenuhan kebutuhan konsumtif namun informan dalam pengambilan kredit masih penuh pertimbangan.
3. Kesesuaian (*conformance*) dalam penelitian ini di temukan bahwa kepuasan nasabah terletak pada kesesuaian suatu produk yang ditawarkan melalui fasilitas BNI Fleksi sudah akurat dan tidak adanya keterlambatan pencairan kredit yang sesuai dengan waktu ditentukan.
4. kemampuan jasa (*serviceability*) dalam penelitian ini di temukan bahwa kepuasan nasabah ada pada kemampuan yang baik dari karyawan menjelaskan fasilitas kredit BNI Fleksi serta komunikasi yang dijalin oleh karyawan sopan. Namun ada juga nasabah tidak merasakan kepuasan mengenai kemampuan karyawan, sebab nasabah beranggapan bahwa tidak semua karyawan berkomunikasi dengan baik
5. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived*) dalam penelitian ini di temukan bahwa kepuasan nasabah ada pada manfaat yang dirasakan, namun nasabah kecewa masalah penalti pelunasan kredit yang sangat mahal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, R. Y., & Afifah, I. N. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan M-Banking Pada Pt Bank Sumut Kc Kisaran. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2(1), 450–458.
- Fitriyani, F., Hendrianto, H., & Pefriyadi, P. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Kur Syariah Terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Nasabah di Pt. Pegadaian Cabang Curup*. Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Jakaria, R. B., Iswanto, I., Widodo, E., & Kusumawardani, P. A. (2024). Perseptif Desain Produk: Merancang Atribut Produk. *Umsida Press*, 1–64.
- Matantu, R. N., Tampi, D. L., & Mangindaan, J. V. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity*, 1(4), 355–360.
- Mauliansyah, M. A. P. P., & Ghalib, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan

- Nasabah (Studi Pada Nasabah Kredit KUR Bank Kalsel KCP Kayutangi). *JURNAL BISNIS DAN PEMBANGUNAN*, 13(2), 191–203.
- Mundir, A., Nizar, M., & Athiroh, D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Pada Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Mahasiswa Sebagai Nasabah Bank Syariah Di Universitas Yudharta Pasuruan. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 1–17.
- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 142–155.
- Ningsih, E. N. I. (2021). *Analisis Faktor-faktor Complain Nasabah Dalam Klaim Asuransi Takaful Keluarga Cabang Setia Budi Medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Nur, A. M. (2022). *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Pembiayaan Bank Syariah Dengan Metode Ipa (Studi Kasus Pada Bank Riau Kepri Cabang Pembantu Syariah Tembilahan)*. Universitas Islam Riau.
- Oktaria, T., Ifnaldi, I., & Nurjannah, N. (2023). *Profesionalisme Guru Dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) pada siswa-siswi di SMKN 3 Rejang Lebong*. Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Setiawan, Z., Zebua, R. S. Y., Suprayitno, D., Hamid, R. S., Islami, V., & Marsyaf, A. (2024). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sukmana, E. (2022). Kebijakan Inovasi Pelayanan Publik dalam Pemenuhan Kebutuhan dan Kepuasan Masyarakat Berbasis Website di Era Pandemi di Kabupaten Sumedang. *JISIPOL| Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2).
- Sumarno, S., Dapiah, D., Edirianto, S., Tarjono, T., & Maulana, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Bank Bjb Syariah KCP Pabuaran). *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 3(1), 68–73.
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada grabfood (studi wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).
- Vernando, H., & Vivi, V. (2024). Analisis Kualitas Produk Pada Susu Greenfields Premium Fresh Jersey Milk Di Pontianak. *Obis*, 6(1), 26–35.