

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan melalui pengujian hipotesis di atas, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Implementasi TQM berdasarkan dimensinya, penelitian ini hanya berfokus pada tiga dimensi yang menjadi variabel eksogen yaitu:
 - a. Kualitas SDM (X_1)
 - b. Fokus Pelanggan (X_2)
 - c. Pengetahuan Karyawan (X_3)

Masing-masing variabel berpengaruh signifikan positif terhadap Kualitas Layanan Bank BUMN di Surabaya dan sekitarnya.

2. Hasil pengujian pengaruh kualitas layanan terhadap *Customer Engagement* (CE) Bank BUMN di Surabaya dan sekitarnya, adalah berpengaruh signifikan positif.
3. Hasil pengujian hipotesis pada kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah juga berpengaruh signifikan positif, namun tidak begitu besar pengaruhnya jika dibandingkan terhadap variabel lain.
4. *Customer Engagement* (CE) berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah dan memiliki pengaruh terbesar terhadap peningkatan loyalitas nasabah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Kuesioner yang didistribusikan secara *offline*, jumlah yang tidak kembali lebih tinggi dibandingkan kuesioner secara *online*. (pemetaan jumlahnya)
2. Pada penelitian ini, pengkajian variabel *customer engagement* kurang mendalam yang harusnya pada indikator pernyataan kuesioner dikaji lebih luas.
3. Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah tidak begitu besar. Seharusnya terdapat variabel mediasi seperti CE.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan implikasi pada penelitian ini dibagi menjadi dua poin, yaitu:

1. Saran bagi Bank BUMN di Surabaya dan sekitarnya
 - a. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai rujukan dalam meningkatkan kualitas layanan internal dari sisi implementasi standar ISO perusahaan yang menjadi dimensi TQM demi perkembangan bisnis jangka panjang. Kualitas layanan yang perlu ditingkatkan ada pada kecepatan atau respon pegawai bank saat melayani nasabah. Peningkatan kualitas layanan bisa dilakukan dengan program pelatihan kinerja karyawan yang dilakukan secara terstruktur agar semua lapisan internal perusahaan mendapatkan program tersebut.

b. Digitasi pada Bank BUMN lebih ditingkatkan seiring dengan kemajuan teknologi saat ini yang sangat dinamis. Peningkatan tersebut bisa dilakukan dengan menambahkan *satisfaction checker* atau kuesioner secara online kepada nasabah untuk keperluan reputasi dan kinerja perusahaan. Apabila pada beberapa cabang atau Bank BUMN sudah menerapkannya, sebaiknya melakukan edukasi kepada nasabah. Edukasi dapat dilakukan dengan seminar, datang ke acara kampus, atau melalui CS secara langsung. Edukasi penting dilakukan karena kesadaran masyarakat juga perlu ditingkatkan agar alat tersebut juga bisa berfungsi secara optimal.

2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Sebaiknya pada peneliti selanjutnya yang akan meneliti Bank BUMN lebih dari satu lokasi, lebih mempertimbangkan pemetaan dalam pendistribusian kuesioner. Hal itu perlu diperhatikan karena responden adalah masyarakat yang berbeda wilayah yang kemungkinan akan menghasilkan perbedaan pendapat. Pemetaan bisa berdasarkan pekerjaan responden.
- b. Penelitian ini mengkaji TQM berdasarkan konsentrasi pemasaran, namun bisa diperluas lagi secara komprehensif. Maka dari itu, peneliti selanjutnya diharapkan bisa lebih memperluas kajian dari berbagai aspek.
- c. Pada penelitian selanjutnya, apabila mengkaji mengenai kualitas layanan lebih dipertimbangkan juga mengenai variabel mediasi untuk hasil yang lebih optimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Dhasan, Darwin., Khowatanakul, Suwanna., Theingi. 2017. "Building Customer Loyalty Through Service Quality, Customer Engagement and Commitment in Thai Mobile Network Service". *International Business and Economy Conference (IBEC)*.
- Fernandes, Teresa., Esteves, Fabia. 2016. "Customer Engagement and Loyalty: A Comparative Study Between Service Context". *Service Marketing Quarterly*, 2016, Vol. 37, No. 2, 125–139.
- Hapsari, Raditha., Clemes, Michael D., Dean, David. 2017. "The Impact of Service Quality, Customer Engagement and Selected Marketing Constructs on Airlines Passengers Loyalty". *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 9 No. 1, 2017 pp. 21-40.
- Herzallaha, Ahmad M., Gutierrez-Gutierrez, Leopoldo., Rosas, Juan Francisco Munoz. 2014. "Total Quality Management Practices, Competitive Strategies And Financial Performance: The Case Of The Palestinian Industrial Smes". *Total Quality Management*, 2014 Vol. 25, No. 6, 635–649.
- Imam Ghozali dan Hengky. 2012. *Partial Least Squares: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 2.0*. Edisi kedua. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. 2014. *Partial Least Squares: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Edisi kedua. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Jaca, Carmen., Psomas, Evangelos. 2015. "Total Quality Management Practices and Performance Outcomes in Spanish Companies". *Total Quality Management*, 2015 Vol. 26, No. 9, 958–970.
- Joseph F, Hair, Jr. G, Thomas M, Hult. Christian M, Ringle. Marko Sarstedt. 2014. "A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)". United States of America: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Liang, Chih – chin., Ching, Wu Pei. 2015. "Internet-Banking Customer Analysis based on Perception of Service Quality in Taiwan". *Total Quality Management*, 2015 Vol. 26, No. 5, 550–568.

- Lin, Hsin – Hui. 2012. “The Effect of Multi-Channel Service Quality on Mobile Customer Loyalty in an Online – and Mobile Retail Context”. *The Service Industries Journal*, Vol. 32, No. 11, August 2012, 1865–1882.
- Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0: Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Marketing Research: An Applied Orientation*. Sixth Edition. New Jersey 07458 : Pearson Education, Inc.
- Sofyan Siregar. 2012. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Edisi ketiga. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- So, Kevin Kam Fung., King, Ceridwyn., Sparks, Beverley A., Wang, Ying. 2016. “The Role of Customer Engagement in Building Brand Loyalty To Tourism Brand”. *Journal of Travel Research*, 2016, Vol. 55(I) 64–78.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung :Alfabeta.
- Willy Abdillah dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta : Andi.

