

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka adapun kesimpulan yang didapat dari penelitian ini antara lain :

1. Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada nasabah Produk Tabungan Siklus Prioritas Bank Jatim Cabang Bangkalan
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada nasabah Produk Tabungan Siklus Prioritas Bank Jatim Cabang Bangkalan.
3. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada nasabah Produk Tabungan Siklus Prioritas Bank Jatim Cabang Bangkalan
4. Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada nasabah Produk Tabungan Siklus Prioritas Bank Jatim Cabang Bangkalan.
5. Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada nasabah Bank Jatim Cabang Bangkalan.
6. Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek secara simultan melalui Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada nasabah Produk Tabungan Siklus Prioritas Bank Jatim Cabang Bangkalan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini antara lain :

1. Karena jenis penelitian ini kuantitatif, maka tidak dilakukan wawancara mendalam dengan responden, data yang dihasilkan hanya dari instrumen kuesioner yang didasarkan pada persepsi jawaban responden, sehingga kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui penggunaan instrumen kuesioner secara tertulis sehingga pada penelitian ke depan dapat dilakukan dengan metode kualitatif berupa wawancara dan review.
2. Tidak adanya wawancara mendalam serta detail terhadap responden seperti penelitian kualitatif, sehingga kedepannya bisa dilakukan penelitian kualitatif dengan memilih informan kunci dari para nasabah.
3. Ruang lingkup pada penelitian ini hanya pada satu kantor Cabang Bank Jatim di Bangkalan yang ruang lingkungannya tidak terlalu besar dan luas, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan kepada populasi yang lebih luas.

5.3. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan pada penelitian ini antara lain :

- a. Pada tabel 4.24 terkait perhitungan *Standardized Regression Weights* Variabel Kualitas Layanan, pada indikator dari kualitas produk berupa *tangible* menunjukkan nilai terendah dari kelima indikator lainnya yaitu sebesar 0,702. Hal ini berarti kualitas layanan berupa *tangible* atau yang terlihat oleh nasabah seperti fasilitas, peralatan dan kebersihan ruangan perlu dievaluasi lebih lanjut dan ditingkatkan kembali oleh pihak Bank Jatim Cabang Bangkalan.

- b. Pada tabel 4.26 terkait perhitungan *Standardized Regression Weights* Variabel Kualitas Produk menunjukkan indikator dari variabel kualitas produk berupa *Reliability* menunjukkan nilai terendah dari kelima indikator lainnya yaitu sebesar 0,640. Hal ini berarti kualitas produk berupa *Reliability* yaitu memiliki probabilitas terjadinya kegagalan produk Tabungan Bank Jatim Cabang Bangkalan di mata konsumen akibat kualitas yang dinilai tidak rendah dibandingkan produk tabungan bank lain, sehingga pihak Bank Jatim Cabang Bangkalan harus terus melakukan upaya inovasi dan perbaikan dari produk tabungan Bank Jatim Cabang Bangkalan agar dinilai memiliki kualitas di mata masyarakat.
- c. Pada tabel 4.28 terkait perhitungan *Standardized Regression Weights* Variabel Citra Merek menunjukkan indikator dari variabel Citra Merek berupa *Favourable* menunjukkan nilai yang sangat rendah dari ketiga indikator lainnya yaitu sebesar 0,443. Hal ini berarti kualitas produk berupa *Favourable* yaitu sesuatu yang mengarah pada kemampuan merek tersebut agar mudah diingat oleh konsumen. seperti kemudahan merek produk diucapkan serta kemampuan merek untuk tetap diingat oleh pelanggan maupun kesesuaian antara kesan merek dibenak pelanggan dengan citra yang diinginkan perusahaan atas merek terbilang rendah. *Image* Bank Jatim tidak populer di mata masyarakat, sehingga mau tidak mau harus dirancang bagaimana program yang dapat meningkatkan citra dari Bank Jatim cabang Bangkalan di mata masyarakat melalui beberapa program seperti Gathering,

offair event dan lain-lain yang melibatkan nasabah sehingga berpotensi meningkatkan *image* Bank Jatim cabang Bangkalan.

- d. Pada tabel 4.30 terkait perhitungan *Standardized Regression Weights* Variabel Kepercayaan Merek menunjukkan indikator dari Kepercayaan Merek berupa *Demonstrate Concern* memiliki nilai yang terendah dari ketiga indikator lainnya yaitu sebesar 0,633. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian yang diberikan Bank Jatim Cabang Bangkalan kepada konsumen dalam bentuk menunjukkan sikap pengertian konsumen jika menghadapi masalah dianggap belum maksimal, sehingga perlu ditingkatkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Abd-El-Salam. 2016. The Impact Of Corporate Image And Reputation On Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty: Testing The Mediating Role. Case Analysis In An International Service Company. *The Business & Management Review*, Vol.3 Number 2
- Adji, Jennifer., dan Semuel, Hatane. 2014. Pengaruh satisfaction dan trust terhadap minat beli konsumen (purchase intention) di Starbuck The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2, No. 1
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assalafy, Aqwam. 2019. "Pengaruh Islamic Banking Service Quality, Trust Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia Di Tangerang Selatan)". Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Faizun, Muhammad., dan Susilowati, Ika. 2020. Pengaruh Brand Trust dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty dengan Customer Satsufaction sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jaringan Data Internet di Wilayah Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(4) Agustus
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen : Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Magister Dan Disertasi Doktor*. BP Undip
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM. SPSS)*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

- Hidayat. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol. 6. No 4.
- Hutagalung, M. A. K. 2014. Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah. *Jurnal Al-Qasd*, 1(66), 407–418.
- Indriana, Devfi., Yunus Handoko, Yunus., dan Ruspitasari, Widi Dewi 2022. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Aqua di Basa Swalayan Kabupaten Pemalang. *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)* Volume 5 Nomer 1
- Janti, Suhar, 2014, *Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan Si/Ti dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning pada Industri Garmen*, Makalah disampaikan pada Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2014
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012 *Marketing Management*, Edisi 14, Global Edition, Pearson Prentice Hall.
- Noor, Mitha Fadilla. 2014. Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung. *Image*, Volume 3 Nomor 2, November.
- Noviningsih, Kokmang Ayu., Anggraini, Ni Putu Nita., dan Ribek, Pande Ketut. 2022. *Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Indihome Di Gianyar*. *Values* Vol. 3 No. 2

- Pratiwi, Ni Putu Lenny dan Ni Ketut Seminari. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Konsumen". *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 5, 2015 : 1422-1433.
- Priyatno, Dwi. 2014. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom
- Putro, S. W., H. Samuel., R. Karina, dan Brahmana. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2(1): 1-9
- Riyanto, Slamet., dan Hatmawan, Andhita Aglis. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Cv Budi.Utama.
- Rohman Abdur, 2017 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam, *Tesis*, Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah, Jakarta
- Salim, F.F. & Dharmayanti, D., 2014. Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), pp.1–8.
- Sugiyono dan Agus Susanto. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Tatik, 2013, *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi Pertama, Yogyakarta : Graha ilmu.
- Sari, Rora Rosmaya., Marnisah, Luis., dan Zamzam, Fakhry. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Bank Terhadap Kepuasan

Konsumen Era Covid 19 (Studi Kasus di PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang). *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPro)* Volume 2 Nomor 2 Edisi Juli

Siew-Peng Lee and Sedigheh Moghavvemi. 2015. The Dimension of Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty: A Case of Malaysian Banks. *Asian Journal of Business and Accounting*, Vol. 8, No. 2

Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,

Tjiptono, Fandy. 2011. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*. Jakarta: Majalah Manajemen Usahawan Indonesia.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*, Edisi 2. Yogyakarta : CV. Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono. Fandy 2019. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bayumedia Publishing. Malang

Tikarina, Q. N. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Tesis*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Umar, Husein. 2013. *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisa Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wenur, Christy. 2015. Pengaruh Strategi Green Marketing, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna (Survey pada The Boddy Shop, Manado Town Square). Universitas Sam Ratulangi, Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3, No2 Juni 2015. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8532/8107>. Diakses pada 1 Agustus 2015. Hal 247-374.
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. 2018. Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.