

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan *Maximum Likelihood* melalui program AMOS 20.0, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Kualitas hubungan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam hal ini berarti semakin tinggi kualitas hubungan karyawan terhadap nasabah Bank BRI maka tingkat kepuasan nasabah semakin tinggi pula terhadap Bank BRI .
2. Kepuasan nasabah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dalam hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah Bank BRI di Surabaya yang menggunakan produk tabungan tidak selalu meningkatkan loyalitas.
3. Kepuasan nasabah berpengaruh positif yang signifikan terhadap komitmen nasabah. Dalam hal ini berarti semakin tinggi kepuasan nasabah terhadap Bank BRI maka akan semakin tinggi pula nasabah untuk berkomitmen terhadap Bank BRI.
4. Komitmen nasabah berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dalam hal ini semakin berkurangnya komitmen pada nasabah Bank BRI berdasarkan persepsi nasabah nasabah Bank BRI mengakibatkan tidak selalu meningkatkan loyalitas pada nasabah tersebut.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Wilayah penelitian hanya sebatas area Surabaya.
2. penelitian ini adalah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 responden sehingga kemampuan menjadikan hasil penelitian untuk mendapatkan gambaran nyata dari nasabah bank sampel penelitian tersebut masih kurang.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu ataupun penelitian saat ini, maka peneliti memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran – saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya antara lain :

1. Bagi Bank BRI
 - a. Saran untuk Bank BRI di Surabaya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi Bank tersebut untuk lebih meningkatkan lagi pelayanan yang lebih maksimal sehingga nasabah bisa loyal terhadap Bank BRI.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Untuk mendapatkan hasil variasi yang lebih baik maka disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mengambil jumlah responden yang lebih banyak.
 - b. Memperluas wilayah penelitian sehingga bisa memperoleh gambaran penelitian yang lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Bilal Afsar, Zia UR Rehman, Jaweria Andleeb Qureshi dan Asad Shahjehan, (2010), Determinants of customer loyalty in the banking sector. *Journal of Bussiness Management*. Vol.4 (6), pp. 1040-1047, June, 2010.
- Ferdinand, Augusty. 2002.*Stuctural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : BP UNDIP.
- Frieda Ellena, 2011, “*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Dan, Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah*”. Skripsi yang tidak diterbitkan, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Gerrard Macintosh, (2007), "Customer orientation, relationship quality, and relational benefits to the firm", *Journal of Services Marketing*, Vol. 21 Iss: 3 pp. 150 – 159.
- Ghozali, Imam, 2008,*Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver 16.0*. Semarang : BP. UNDIP
- Jogiyanto. 2011. *Pengembangan Kuisisioner, Mengatasi Bias Dan Meningkatkan Respon*”. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler, Philip dan Armstrog, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin.2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Kedelapan*. Jakarta : PT.Macanan Jaya Cemerlang.
- Kuncoro, Mudrajad 2006. “*Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*”. Jakarta : Erlangga.
- Majalah Infobank No. 386, (2011 : 22).
- Malhotra, Naresh K. 2009. “*Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan*”. PT Indeks : Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. “*Metodologi Penelitian untuk Bisnis*”. Salemba Empat : Jakarta.

Selly Metalina, 2012, “*Pengaruh Kedekatan hubungan terhadap komitmen dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) Syariah Di Surabaya*”. Skripsi yang tidak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.

Tiya Gita Pawitra, 2012, “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan emosional, kualitas hubungan dan loyalitas pelanggan KFC di Surabaya*”. Skripsi yang tidak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. ANDI OFSET.

Tracey S. Dagger, Meredith E. David, Sandy Ng, (2011), "Do relationship benefits and maintenance drive commitment and loyalty?", *Journal of Services Marketing*, Vol. 25 Iss: 4 pp. 273 – 281

Waluyo, Minto. 2011. *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling*. PT Indeks : Jakarta

www.bi.go.id (statistik Bank Indonesia) di akses 7 Oktober 2012

www.infobanknews.com di akses 20 Desember 2012