

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh *service quality*, *perceived value*, dan *service innovation* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank BCA di Kota Surabaya dengan menyebarkan kuesioner kepada 339 responden yang merupakan nasabah bank BCA. Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa *service quality*, *perceived value*, dan *service innovation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* nasabah Bank BCA di Kota Surabaya.

1. *Service quality* yang tinggi mencerminkan kemampuan bank dalam memberikan layanan yang responsif, andal, serta memperhatikan kebutuhan nasabah, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.
2. *Perceived value* yang baik menunjukkan bahwa nasabah merasa memperoleh manfaat yang sebanding dengan biaya dan pengorbanan yang mereka keluarkan dalam menggunakan layanan bank, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan.
3. *Service innovation* menjadi faktor penting dalam meningkatkan *customer satisfaction*, di mana inovasi dalam layanan perbankan, seperti penggunaan teknologi digital dan peningkatan fitur layanan, memberikan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah.

Dengan demikian, temuan penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi kualitas layanan yang unggul, nilai yang dirasakan oleh nasabah, serta inovasi layanan yang berkelanjutan berperan krusial dalam menciptakan kepuasan nasabah yang lebih tinggi.

### **5.1 Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini menggunakan *e-survey* melalui google form yang dimana peneliti tidak dapat melakukan interaksi secara langsung dengan responden karena tersebar secara *online*. Data yang diperoleh hanya berupa teks atau pilihan jawaban, tanpa adanya konteks emosional atau ekspresi yang dapat dianalisis lebih lanjut seperti ekspresi wajah, nada suara, dan bahasa tubuh.
2. Pada penelitian terdahulu jumlah sampel yang digunakan berada dalam rentang 250–500 responden. Sehingga pada penelitian ini memilih 339 responden agar tetap konsisten dengan standar yang diterapkan dalam penelitian terdahulu dan memperkuat validitas eksternal hasil penelitian. Waktu yang dibutuhkan untuk mencapai jumlah responden sebanyak 339 orang. Proses pengumpulan data memerlukan durasi yang lebih panjang karena tantangan dalam menjangkau responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran kepada peneliti di masa depan dan perusahaan BCA sebagai berikut:

#### **1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan metode wawancara dalam pengumpulan data untuk meningkatkan validitas dan akurasi informasi yang diperoleh dari responden. Dengan adanya interaksi langsung antara peneliti dan responden, data yang diperoleh tidak hanya mencerminkan jawaban pilihan ganda atau skala numerik, tetapi juga wawasan, pengalaman, dan perspektif responden yang lebih kaya dan memungkinkan peneliti untuk mengklarifikasi pernyataan dan memperbaiki kesalahpahaman secara langsung.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengoptimalkan manajemen waktu dalam proses pengumpulan data, terutama jika diperlukan jumlah responden yang besar, guna meningkatkan efisiensi penelitian.

## **2. Bagi Perusahaan**

- a. Bank BCA dapat memberikan informasi yang transparan dan jelas kepada nasabah mengenai tingkat suku bunga yang berlaku. Informasi tersebut dapat disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti situs web resmi, aplikasi perbankan, atau pemberitahuan langsung kepada nasabah. Selain itu, BCA dapat memastikan bahwa perubahan tingkat suku bunga diinformasikan secara proaktif dan tepat waktu.
- b. Bank BCA dapat mempertimbangkan strategi penetapan biaya produk yang lebih kompetitif dibandingkan dengan bank lain dengan tujuan menawarkan nilai yang lebih menarik kepada nasabah guna meningkatkan daya tarik produk perbankan sekaligus memperkuat loyalitas nasabah.

- c. Bank BCA dapat terus meningkatkan pengalaman nasabah melalui layanan yang inovatif, responsif, dan personal yang dapat dilakukan dengan menghadirkan lingkungan perbankan yang ramah, baik secara fisik di kantor cabang maupun secara digital melalui aplikasi dan layanan online.
- d. Bank BCA dapat memanfaatkan media interaksi modern guna meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam berkomunikasi dengan nasabah. Hal tersebut dapat diwujudkan melalui penggunaan platform digital dan mengembangkan fitur komunikasi interaktif melalui aplikasi perbankan BCA untuk memberikan layanan yang lebih personal dan responsif.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abd. Aziz, A., Agustinar, A., Yahya, M., & Nur Azizah. (2023). Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, dan Nilai yang Dirasakan: Mengukur Loyalitas Konsumen di Warung Kopi Kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5, 189–208. <https://doi.org/10.32505/jim.v5i2.7184>
- Alfiyah, S., Abadi, F. H., Rohmadhina, R., & Winegar, B. A. W. (2023). *Sosialisasi Penerapan Layanan Digital Melalui Webform: Studi Kasus BSI KCP Jember Balung*. *Journal of Indonesian Social Society (JISS)*, 1(2), 35–42. <https://doi.org/10.59435/jiss.v1i2.61>
- Ali Memon, M., Ramayah, T., Cheah, J.-H., Ting, H., Chuah, F., & Huei Cham, T. (2021). PLS-SEM statistical programs : A review. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), 2590–4221. [https://doi.org/10.47263/JASEM.5\(1\)06](https://doi.org/10.47263/JASEM.5(1)06)
- AMIRULLAH. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Akademika*, 20(2), 169–175. <https://doi.org/10.51881/jak.v20i2.9>
- Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2023). Citra Merek, Nilai Persepsi, Kesadaran Merek, Kepercayaan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah pada Perbankan Syariah. *Jesya*, 6(2), 2301–2316. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1266>
- Anggraeni, A., & Anggoda, T. A. (2022). Efektifitas Kualitas Layanan Dan Kepuasan Bagi Nasabah Bank Pada Masa Pandemi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 1(3), 251–262. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v1i3.5468>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Billiam, Lastuti Abu Bakar, Tri Handayani (2022). *The Urgency of Open Application Programming Interface Standardization in the Implementation of Open Banking to Customer Data Protection for the Advancement of Indonesian Banking*. *PADJADJARAN Journal of Law Volume 9 Number 1 Year 2022 [ISSN 2460-1543] [e-ISSN 2442-9325]*
- Chin, W. W. (2010). *How to Write Up and Report PLS Analyses*. *Handbook of Partial Least Squares*, 655–690. [https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8_2)
- Christanto, Y. A. C., Naili Farida, & Septo Pawelas Arso. (2024). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit: *Literature Review*. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 7(2), 366–372. <https://doi.org/10.56338/mppki.v7i2.4941>
- Devi, A. A. D. T., & Yasa, N. N. K. (2021). *Role of Customer Satisfaction in Mediating the Influence of Service Quality and Perceived Value on Brand Loyalty*. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 8(3), 315–328. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v8n3.1786>
- Foroudi, P., Palazzo, M., & Sultana, A. (2021). *Linking brand attitude to word-of-mouth and revisit intentions in the restaurant sector*. *British Food Journal*, 123(13), 221–240. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2020-1008>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan*

- Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (Edisi 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: *Indeed a silver bullet*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hidayah, R. N., & Rahayu, Y. S. (2023). Peran *Relationship Marketing* Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 17(3), 317–328. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v17i3.495>
- Husain, W., Taan, H., & Niode, I. Y. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Az- Zahra Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(3), 894–901.
- Idris, M. K., Dewayana, T. S., & Habyba, A. N. (2022). *Service quality dan importance performance analysis* untuk menentukan prioritas peningkatan kualitas layanan nasabah bank. *Journal Industrial Servicess*, 7(2), 243. <https://doi.org/10.36055/jiss.v7i2.13828>
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna *Internet Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 66–75. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>
- Jayengsari, R., Yunita, R., & Maloka, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bjb Kcp Cipanas. *Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.35194/arps.v1i1.1291>
- Kasengkang, D., Moniharapon, S., & Mandagie, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Bri Mobile (Brimo) Terhadap Kepuasan Nasabah Bri Unit Tumpaan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1075–1084. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46860>
- Kiromah, L. S., & Wuisan, D. (2021). Pengaruh *Service Quality* Dan *Perceived Value* Terhadap *Post-Purchase Intention*, Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi. *Indonesian Digital Marketing Journal*, 1(1), 51–61.
- Kurnia, M., Dewi, D. C., Handayani, C., & Suratno, D. M. (2023). *Implementasi Service Quality dan Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Teller di PT. Bank Sinarmas*. *Jurnal Teknik Mesin dan Industri (JuTMI)*, 2(2), 29–36. <http://jutmi.stitekna.ac.id>
- Latan, Hengky, and Imam Ghozali. 2015. *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications Using SmartPLS 3*.

- Lestari, A., & Frinaldi, A. (2023). *Penerapan Roleplay Layanan Sebagai Inovasi Dan Budaya Untuk Peningkatan Kualitas Layanan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Simpang Tiga*. *Menara Ilmu*, 17(2), 116–121. <https://doi.org/10.31869/mi.v17i2.4587>
- Lin, T. T., Yeh, Y. Q., & Hsu, S. Y. (2022). *Analysis of the Effects of Perceived Value, Price Sensitivity, Word-of-Mouth, and Customer Satisfaction on Repurchase Intentions of Safety Shoes under the Consideration of Sustainability*. *Sustainability (Switzerland)*, 14(24). <https://doi.org/10.3390/su142416546>
- Lisa, V., & Selamat, F. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah dengan Mediasi Kepuasan Nasabah pada PT Bank Seabank Indonesia. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(4), 1091–1097. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i4.26987>
- M. Thomi Sirojudin, Henny Welsa, & Nonik Kusuma Ningrum. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Peserta Terhadap Kepuasan Peserta Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt Taspen (Persero) Kantor Cabang Yogyakarta. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 277–297. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i3.695>
- Mariam, S., & Ramli, A. H. (2023). *Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran Umkm Di Kota Jakarta Barat*. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services*, 3(4), 379–390.
- Millah, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bmt Ugt Capem Ketompen Pajarakan. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 66–74. <https://doi.org/10.35316/idarrah.2021.v2i2.66-74>
- Mirnasari, R. M. (2019). Inovasi Pelayanan Publik Uptd Terminal Purabaya Bungurasih. *Sistem Pengelolaan Di Terminal Purabaya (Studi Kasus Di UPTD Terminal Purabaya)*, 1(1), 1–14. <http://us.surabaya.detik.com>
- Munfaqiroh, S., Sandi, R. K., Sa adah, L., & Andiani, L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. *Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 11(02), 148–161. <https://doi.org/10.31102/equilibrium.11.02.148-161>
- Octavia, E. Y., & Arnomo, S. A. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* Dan Produk Bank Terhadap Kepuasan Nasabah United Overseas Bank Indonesia Di Batam. *Computer and Science Industrial Engineering (COMASIE)*, 9(6). <https://doi.org/10.33884/comasiejournal.v9i6.7869>
- Online, I., Arum, C. S., Ramadhani, S., Harahap, M. I., & Syariah, B. S. (2023). Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan *Metode Index Potential Gain Customer Value (PGCV)*. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/aghniya.v5i1.15413>
- Pradita Putri, B., Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2022). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 209–220. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol19.iss2.art2>

- Priharto, S. (2020, Agustus). Indikator kepuasan pelanggan: Pengertian, jenis, dan fungsinya bagi bisnis. *Accurate*.
- Rahmawati, C., Fitriani, D., Haira, F., & Panorama, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Kantor Cabang Palembang). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(7), 1073–1088. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.123>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. John Wiley & Sons.
- Seke, H. E., Massie, J. D. D., Herlina, O. :, Seke, E., Massie, J. D. D., Roring, F., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Sam, U., & Manado, R. (2023). Analisis Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Serta Peran Internet Banking Bagi Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bri Unit Tombatu) *Analysis Service Quality, Company Image and the Role of Internet Banking for Customer Satisfaction (Case Study At Bank . Roring 746 Jurnal EMBA, 11(1), 746–756*.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syafitri, A., & Sugiyanto. (2024). Pengaruh nilai yang dirasakan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada produk skintific. *Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri)*, 7(2), 283–289.
- Syariah, B., Era, D. I., & Industri, R. (2022). Implementasi Strategi Manajemen Pemasaran. 06, 143–162.
- Valencia, D., & Layman, C. V. (2021). *E-Wallet Service Innovation, Service Delivery, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Within ShopeePAY in Indonesia. Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 23–46. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i1.1929>
- Wandini, D. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Dimasa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Potensi utama). *Jurnal Visi Manajemen*, 9(1), 49–59.
- Woo, E., & Kim, Y. G. (2019). *Consumer attitudes and buying behavior for green food products: From the aspect of green perceived value (GPV)*. *British Food Journal*, 121(2), 320–332. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2018-0027>
- Yusuf, E. B., Fasa, M. I., & Suharto. (2023). *Inovasi Layanan Perbankan Syariah Berbasis Teknologi sebagai Wujud Penerapan Green Banking*. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 7(1), 34. <http://doi.org/10.30762/istithmar.v6i1.33>
- Zahrotun Nidiyah, S., & Nur Aisyah, E. (2022). Analisis Perilaku Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Kota Malang. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 398–411. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10872](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10872)
- Zalelawati, S., Marlita, T., & Syaifudin, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(6), 1020–1026. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i6.237>