

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 300 responden yang merupakan nasabah Bank BCA. Berdasarkan hasil analisis yang telah diolah dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis penelitian hasilnya positif dan dapat diterima atau valid yang menandakan bahwa terdapat hubungan signifikan antara variabel yang diuji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality*, *perceived value*, dan *service delivery* terdapat pengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank BCA di Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa Bank BCA dapat memberikan kualitas layanan yang baik serta proses *service delivery* yang efisien dan efektif dapat meningkatkan kepuasan nasabah Bank BCA. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajemen Bank BCA dalam merumuskan strategi peningkatan layanan di masa mendatang. Berdasarkan hasil dari analisis data dan pengolahan data terdapat beberapa kesimpulan yang berkaitan dengan hubungan antara variabel dan semua hipotesis dianggap valid sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa peningkatan *service quality* yang diberikan Bank BCA berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *perceived value*. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa lebih puas dan menghargai layanan yang diberikan oleh Bank BCA

2. *Service quality* yang baik berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan nasabah yang merasakan pelayanan yang responsif dan berkualitas cenderung merasa lebih puas dengan pengalaman mereka di Bank BCA.
3. *Perceived value* yang baik dari nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat *customer satisfaction* pada nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang merasa bahwa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang diterima akan lebih puas dengan layanan yang diberikan oleh Bank BCA.
4. Kinerja *service delivery* yang efisien dan efektif berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang merasakan kemudahan dan kecepatan dalam menggunakan layanan *m-banking* Bank BCA menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan berdasarkan prosedur ilmiah, namun penelitian ini masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menemukan artikel mengenai teori variabel *service delivery* yang berkaitan dengan Bank karena variabel tersebut kurang populer sehingga sulit untuk ditemukan.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan secara online melalui Google Form dengan menyebarkan kuesioner sehingga penelitian ini tidak melibatkan adanya wawancara secara langsung dengan responden untuk memperkuat data.

### 5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka penelitian ini memberikan beberapa saran untuk peneliti di masa depan dan perusahaan, sebagai berikut:

#### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempersiapkan lebih matang mengenai teori variabel *service delivery* yang berkaitan dengan Bank, hal ini bertujuan untuk memudahkan dalam menemukan artikel teori variabel *service delivery*.
- b) Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan teknik pengumpulan data yang lebih beragam dengan cara wawancara dengan responden, sehingga dapat menambah keakuratan data dan mendapatkan pemahaman atau persepsi responden secara mendalam.
- c) Diharapkan adanya penambahan variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.

#### 2. Bagi Perusahaan

- a) Bank BCA dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang telah terbukti dapat memuaskan nasabah, dengan fokus pada aspek yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan nasabah serta fokus pada pelatihan karyawan untuk memberikan pelayanan yang lebih responsif dan personal, sehingga dapat meningkatkan persepsi nilai nasabah.
- b) Bank BCA diharapkan dapat meningkatkan responsivitas dalam menangani keluhan atau masalah dan pertanyaan dari nasabah dengan mengimplementasikan sistem manajemen keluhan yang efisien sehingga

nasabah merasa didengar dan masalah mereka ditangani dengan cepat dan efektif.

- c) Bank BCA diharapkan meningkatkan komunikasi dengan nasabah mengenai pertimbangan penawaran biaya layanan yang lebih kompetitif dan manfaat yang diterima serta menarik dibandingkan dengan bank alternatif dengan strategi penetapan harga yang efektif, sehingga dapat meningkatkan daya tarik nasabah dan menciptakan kepuasan nasabah.
- d) Bank BCA diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan mengoptimalkan proses *service delivery* terutama pada layanan m-banking dengan fokus pada kemudahan, aman, dan aksesibilitas informasi bagi nasabah, sehingga nasabah dapat dengan cepat dan efisien menemukan layanan yang dicari.
- e) Bank BCA diharapkan dapat mengembangkan program loyalitas yang menarik bagi nasabah untuk meningkatkan retensi dan kepuasan. Program ini dapat mencakup penawaran khusus, diskon, atau reward bagi nasabah yang setia menggunakan layanan Bank BCA.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah. 2021. "Pengaruh Harga, Service Delivery, Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman Barang JNE Cabang Lamongan)." *Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan*.
- Andalusi, Ratih. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen PT.BCA Finance, Kantor Pusat Jakarta Selatan)." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 5(1): 80.
- Asti, Eka, and Eka Ayuningtyas. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1(01): 1–14.
- BCA. "Cash Delivery." *www.bca.co.id*.  
<https://www.bca.co.id/id/bisnis/solusi/cash-management/Payment/Cash-Delivery>.
- . "Visi, Misi, Dan Tata Nilai." *www.bca.co.id*.  
<https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/korporasi/visi-misi>.
- BCA Mobile. "BCA Mobile." *www.bca.co.id*.  
<https://www.bca.co.id/id/Individu/layanan/e-banking/BCA-Mobile>.
- Bougie & sekaran, Uma and Rober. 2016. "Research Methods for Business: A Skill Building Approach." In New York, US.
- Ciputra, William, and Wibawa Prasetya. 2020. "Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, Dan Customer Behavioral Intention." *COMMENTATE: Journal of Communication Management* 1(2): 109.
- Dam, Sao Mai, and Tri Cuong Dam. 2021. "Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty." *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8(3): 585–93.
- Dawam, Khaerud, and Muchsin Saggaff Shihab. 2024. "Pengaruh Perceived Value Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Elektronik." *Journal of Economics and Business UBS* 13(1): 250–58.
- Ganthika, Diki, and Rahma Wahdiniwaty. 2020. "The Effect of Customer Value on Customer Loyalty at Bandung Tourist Location." *Proceedings of the International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities – Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)* 112: 110–12.
- Ghozali I, M.Com, Ph.D. 2021. "Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris Jilid 3." In Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, Joseph F., Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. 2019a. "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM." *European Business Review* 31(1): 2–24.
- Hair, Joseph F., Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. 2019b. "The Results of PLS-SEM Article Information." *European Business Review* 31(1): 2–24.
- Hair, Joseph, Matt Howard, and Christian Nitzl. 2020. "Assessing Measurement Model Quality in PLS-SEM Using Confirmatory Composite Analysis." *Journal of Business Research* 109: 101–10.
- Heni Susilowati, and Siswanto Siswanto. 2021. "Analisis Pengaruh Service Delivery Dan Digitalisasi Terhadap Customer Satisfaction Pada Pt. Iss Indonesia." *Manajemen* 1(1): 87–98.
- Islam, Rafikul, Selim Ahmed, Mahbubar Rahman, and Ahmed Al Asheq. 2021. "Determinants of Service Quality and Its Effect on Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study of Private Banking Sector." *The TQM Journal* 33(6): 1163–82. <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2020-0119>.
- Kataria, Sonia, and Vinod Saini. 2019. "The Mediating Impact of Customer Satisfaction in Relation of Brand Equity and Brand Loyalty: An Empirical Synthesis and Re-Examination." *South Asian Journal of Business Studies* ahead-of-p.
- . 2020. "The Mediating Impact of Customer Satisfaction in Relation of Brand Equity and Brand Loyalty: An Empirical Synthesis and Re-Examination." *South Asian Journal of Business Studies* 9(1): 62–87.
- Laras Putri Handoko. 2016. "The Effect of Product Quality and Delivery Service on Online-Customer Satisfaction in Zalora Indonesia." *Jurnal EMBA* 4(1): 1189–99.
- Latan, Hengky, and Imam Ghozali. 2015. *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications Using SmartPLS 3*.
- Li, Yan, and Huping Shang. 2020. "Service Quality, Perceived Value, and Citizens' Continuous-Use Intention Regarding e-Government: Empirical Evidence from China." *Information & Management* 57(3): 103197. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720617306912>.
- Memon, Mumtaz Ali et al. 2021. "Pls-Sem Statistical Programs: A Review." *Journal of Applied Structural Equation Modeling* 5(1): i–xiv.
- Nariyari, Theresia Bernadetha, Mahendra Fakhri, and Amalina Dewi Kumalasari. 2023. "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty OVO E-Wallet Users." : 3862–72.
- Nyarmianti, Sri Rahayu Tri Astuti. 2021. "11TJ. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Perceived Value Terhadap

Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati).” 10: 1–14.

Octavia, Ria. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 13(1): 35–39.

Omoregie, Osaretin Kayode et al. 2019. “Factors Influencing Consumer Loyalty: Evidence from the Ghanaian Retail Banking Industry.” *International Journal of Bank Marketing* 37(3): 798–820.

Pramesti, Adia Beta, and Handojo Djoko Waluyo. 2019. “Pengaruh Brand Image Dan Customer Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction.” *Jurnal STIE Putra Bangsa*, 8(2): 8–13.

Pratama, I Gede Arya, Putu Henry Susanti, and Putu Atim Purwaningrat. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Di PT. Sejahtera Indobali Trada Benoa).” *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 1(4): 1388–97.

Primadhyta, Safyra. 2022. “Uang Nasabah BCA Hilang Rp135 Juta Dari Rekening.” *infobanknews.com*.  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220327210204-78-776753/uang-nasabah-bca-hilang-rp135-juta-dari-rekening>.

Putri, Khoirifa Argisa. 2023. “20.000 Data Nasabah BCA Dijual Di Dark Web, Tersangka Ternyata Eks Karyawan Pinjol Dan Judi Online.” *infobanknews.com*. <https://infobanknews.com/20-000-data-nasabah-bca-dijual-di-dark-web-tersangka-ternyata-eks-karyawan-pinjol-dan-judi-online/>.

Redaksi. 2023. “Peta Persaingan Bank Menuju Digital.” *infobanknews.com*.  
<https://infobanknews.com/peta-persaingan-bank-menuju-digital/>.

Saputra, Galih Ginanjar et al. 2020. “Service Delivery Terhadap Customer Value Serta Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 13(2): 52–60.

Suariedewi, I Gusti Agung Ayu Mas, and Eka Sulistyawati. 2016. “Peran Perceived Value Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 5(12): 255123. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/26590/17226>.

Subagja, Iwan Kurniawan, and Putri Herlanies Susanto. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza.” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 7(1): 69–84.

Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. 2nd ed.

Sumantri, Dafa Ika et al. 2023. “The Influence Of Service Quality, Perceived

Value, And Customer Satisfaction On Customer Loyalty To BCA Customers In Surabaya Pengaruh Service Quality, Perceived Value, Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Nasabah BCA Di Surabaya.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(5): 4849–62.  
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

Tapaningsih, Weni et al. 2022. *MANAJEMEN PEMASARAN*.

Valencia, Devona, and Chrisanty Victoria Layman. 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.

Yesitadewi, Vidya Intan, and Teguh Widodo. 2024. “The Influence of Service Quality, Perceived Value, and Trust on Customer Loyalty via Customer Satisfaction in Deliverree Indonesia.” *Quality - Access to Success* 25(198): 418–24.

YuSheng, Kong, and Masud Ibrahim. 2019a. “Service Innovation, Service Delivery and Customer Satisfaction and Loyalty in the Banking Sector of Ghana.” *International Journal of Bank Marketing* 37(5): 1215–33.

———. 2019b. “Service Innovation, Service Delivery and Customer Satisfaction and Loyalty in the Banking Sector of Ghana.” *International Journal of Bank Marketing* 37(5): 1215–33. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2018-0142>.

Zahro, Suqaina Zahro, and Musthofa Hadi. 2023. “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Value Terhadap Online Repurchase Intention Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Malang.” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 9(1): 1–7.