

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dari uji hipotesis yang telah dilakukan, baik secara deskriptif maupun statistik dengan menggunakan program AMOS 18.0. Makadapat ditarik dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas komunikasi organisasi terhadap loyalitas nasabah secara langsung memiliki pengaruh tidak signifikan dan membuktikan bahwa hipotesis penelitian pertama tidak terbukti.
2. Kualitas komunikasi organisasi terhadap kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif signifikan dan membuktikan bahwa hipotesis penelitian kedua diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabahmemiliki pengaruh tidak signifikan dan membuktikan bahwa hipotesis penelitian pertama tidak terbukti.
4. Kualitas komunikasi organisasi terhadap loyalitas nasabahmelalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* memiliki pengaruh tidak signifikan. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis penelitian keempat tidak terbukti.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa keterbatasan yang ada dalam penelitian ini. Keterbatasan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Masih belum terpenuhi asumsi *goodness of fit index* seluruhnya sehingga beberapa tambahan teori diperlukan untuk memenuhi asumsi-asumsi tersebut
2. Adanya batasan jangkauan penelitian dalam proses penelitian ini yaitu hanya sebatas daerah Surabaya.
3. Banyaknya indikator pernyataan pada kuisisioner yang disebarkan dalam penelitian ini, sehingga menyebabkan adanya kebingungan atau ketidakseriusan bahkan kebosanan responden dalam menjawab pertanyaan.

5.3 Saran

Ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti agar dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. Saran-saran tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Tambah teori-teori yang lebih kuat dari memperbanyak referensi penelitian lain agar dapat mendukung asumsi asumsi *goodness of fit index* sehingga hasil yang didapatkan pun akan lebih sesuai
2. Perluas daerah penelitian agar penelitian menjadi semakin baik.
3. Periksa lagi kuisisioner penelitian yang akan disebar apakah pernyataan tersebut dapat dipahami, sudah sesuai dan mudah dalam pengisiannya agar responden tidak rancu dalam menjawab.

Kemudian beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti agar dapat bermanfaat bagi Bank CIMB NIAGA di Surabaya adalah:

1. Berdasarkan hasil hipotesis penelitian dari kualitas komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Bank CIMB NIAGA terhadap loyalitas nasabah mendapatkan hasil yang tidak signifikan. Sehingga menurut peneliti, nasabah masih belum merasa kualitas yang diberikan itu baik yang menyebabkan nasabah tidak dapat loyal terhadap Bank.
2. Berdasarkan hasil hipotesis penelitian dari kualitas komunikasi organisasi Bank CIMB NIAGA terhadap kepuasan nasabah mendapatkan hasil yang bagus sehingga nasabah merasa kualitas yang diberikan itu baik. Menurut peneliti Bank CIMB NIAGA memiliki kualitas komunikasi organisasi yang telah memenuhi harapan nasabah.
3. Berdasarkan hasil hipotesis penelitian dari kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank CIMB NIAGA mendapatkan hasil yang tidak signifikan. Sehingga menurut peneliti, nasabah masih belum merasa puas terhadap kualitas yang diberikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Augusty, Ferdinand. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Fakultas Ekonomi Diponegoro. Semarang. BP UNDIP
- Budi Prabowo. 2008. "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. Astra Surabaya". *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*. Vol.8 No.2. Pp 92-97.
- Deby Meigy Arzena. 2008. "Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang". Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri. Padang.
- Diby, Iskandar. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel *intervening* (Studi Empiris Nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat BKK Boyolali Kota). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. STIE AUB. Surakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Prinsip – prinsip Total Quality Service (TQS)*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi II. Andi Offset. Yogyakarta.
- foto.news.viva.co.id
- Imam, Ghozali. 2009. *Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 19.0*. Semarang Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2005. *Marketing Management*. Edisi 11. Jilid 1. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta. Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lan Keller. 2007. *Marketing Management*. Edisi 12. Jilid 2. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta. Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller. 2011. *Marketing Management*. Thirteenth Edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Kartajaya, Hermawan, 2003, *Marketing in Venus*, PT Gramedia Pustaka.
- Musriha. 2012. *EffectOfServicescapeAndEmployeeCommunication Quality On Customer Loyalty Of Mandiri Bank In Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Universitas Bhayangkara, Surabaya.

markplusinsight.com

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kelima belas. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung.

Supranto. 2012. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineka Cipta. Jakarta.

infobanknews.com

Uma, Sekaran. 2009. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

Zulian, Yamit. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta. Ekonisia