

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisa penelitian yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan pada bank mandiri.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Nilai pada bank mandiri.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bank mandiri.
4. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan bank mandiri.
5. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bank mandiri.
6. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan bank mandiri.
7. Nilai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bank mandiri.
8. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan bank mandiri.

5.2 Keterbatasan

Dalam keterbatasan penelitian ini menyadari bahwa penelitian pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan nilai terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas

pelanggan nasabah bank mandiri ini masih jauh dari kata sempurna sehingga terdapat beberapa keterbatasan yang memberikan kesempatan untuk penelitian lebih lanjut di masa mendatang. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data hanya dilakukan melalui kuesioner online, karena hanya pelanggan nasabah yang memiliki akses dan ketertarikan terhadap survei berpartisipasi, hal ini mengakibatkan kemungkinan bahwa hasil penelitian tidak sepenuhnya mencerminkan pandangan seluruh nasabah bank mandiri.
2. Penggunaan kuesioner membatasi responden dalam memberikan jawaban yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi responden terhadap kualitas pelayanan dan citra perusahaan, sehingga informasi yang diperoleh mungkin tidak mencakup aspek-aspek penting yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas.
3. Penelitian ini melibatkan 150 responden, yang meskipun jumlahnya cukup untuk tujuan penelitian ini, tetap menghadirkan keterbatasan dalam hal generalisasi.
4. Penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor eksternal lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, seperti kondisi ekonomi atau kompetisi dari bank lain, yang mungkin berdampak pada hasil penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memiliki beberapa saran kepada pihak terkait sebagai berikut:

5.3.1 Saran untuk peneliti

Saran untuk peneliti terkait pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan nilai terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan nasabah bank mandiri agar peneliti dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi, misalnya peneliti dapat mempertimbangkan untuk memasukkan variabel seperti pengalaman nasabah, kepercayaan, dan faktor emosional dalam penelitian. Dengan memperluas cakupan variabel yang diteliti, peneliti dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai dinamika yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini diharapkan dapat merencanakan strategi peningkatan layanan dan kepuasan nasabah.

5.3.2 Saran untuk peneliti selanjutnya

Untuk penelitian mendatang, disarankan agar peneliti meningkatkan jumlah responden dan memperluas wilayah pengambilan data agar hasil penelitian lebih mencakup variasi yang lebih luas dari nasabah bank mandiri. Dengan demikian, penelitian di masa depan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana berbagai faktor ini berinteraksi dan memengaruhi perilaku nasabah dalam jangka panjang.

5.3.3 Saran untuk bank mandiri

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan nasabah bank mandiri, perusahaan perlu fokus pada perbaikan kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama, dengan memberikan pelatihan yang lebih baik kepada staf untuk meningkatkan interaksi dengan nasabah dan memastikan layanan yang cepat serta efisien. Kemudian mempertimbangkan

citra perusahaan melalui kampanye pemasaran yang lebih inovatif dan komunikatif dapat membantu membangun kepercayaan nasabah. Bank mandiri dapat memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menyampaikan pesan yang positif dan informasi yang baik tentang produk serta layanan yang ditawarkan. Kemudian penekanan pada nilai yang diberikan kepada nasabah, seperti program loyalitas atau penawaran khusus, dapat meningkatkan persepsi nilai dari layanan bank mandiri. Dengan mengedukasi nasabah mengenai manfaat layanan dan produk, serta menekankan keunggulan yang dimiliki, bank mandiri dapat memperkuat hubungan dengan nasabah dan mendorong loyalitas jangka panjang

DAFTAR RUJUKAN

- Chandra Dwi 2024. (2024, November 12). *Masih jadi yang terbesar, Aset Bank Mandiri Capai Rp 2.324 T.* <https://www.cnbcindonesia.com/research/20241111163040-128-587339/masih-jadi-yang-terbesar-aset-bank-mandiri-capai-rp-2324-t>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Dewi, A. S., Novalia, N., Pujiati, A., & Nulhakim, L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Mediasi Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri Cabang Bandar Lampung). *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1). <https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v6i1.2020>
- ekon.go.id. (2022, August 25). *Best Bank Awards 2022: Topang Pertumbuhan Ekonomi, Menko Airlangga Dorong Sektor Perbankan Selaraskan Lending Appetite bagi Dunia Usaha.* <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4475/best-bank-awards-2022-topang-pertumbuhan-ekonomi-menko-airlangga-dorong-sektor-perbankan-selaraskan-lending-appetite-bagi-dunia-usaha>
- Endang Shyta Triana 1*, N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mitra Bayar Bank Mandiri Taspen Kcp Kebumen. *Jurnal E-Bis:Ekonomi Bisnis*, 7, 1–1.
- Ermawati, C., & Sidiq, A. W. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK KCP KENDAL BOJA. *Solusi*, 19(3), 349. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4062>
- forbes Bank Mandiri, 2024. (2024, May 10). *Bank Mandiri Raih Peringkat Satu Bank Pelat Merah Terbaik Versi Forbes.* <https://www.bankmandiri.co.id/en/pressdetail?primaryKey=293166910&backUrl=/web/guest/press>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, 3(2), 273–282.
- Hidayat, R., Industri, J. T., & Madura, U. T. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas

Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>

Hair, J. F., Astrachan, C. B., Moisescu, O. I., Radomir, L., Sarstedt, M., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2021). Executing and interpreting applications of PLS-SEM: Updates for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 12(3). <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2020.100392>

Kurniawan, I., & Shihab, M. S. (2015). Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(2).

Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 896–902. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>

Muryan Awaludin1, H. M. F. F. (2023). PENERAPAN METODE SERVQUAL PADA SKALA LIKERT UNTUK MENDAPATKAN KUALITAS PELAYANAN KEPUASAN PELANGGAN. *Jsi (Jurnal Sistem Informasi)*, 10, 1–11. <https://doi.org/10.35968/jsi.v10i1.990>

Muhamad, N. (2024). OJK Terima 39 Ribu Aduan 2022-2024, Terbanyak soal Bank dan Pinjol, 2–3. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/05/ojk-terima-39-ribu-aduan-2022-2024-terbanyak-soal-bank-dan-pinjol>

Novyana. (2024, September 24). *Diakui Panggung Global, Bank Mandiri Raih Pengakuan dari Newsweek USA*. <https://kilasperbankan.kompas.com/bank-mandiri/read/2024/09/24/153105126/diakui-secara-global-bank-mandiri-masuk-daftar-worlds-most-trustworthy>

Omoregie, O. K., Addae, J. A., Coffie, S., Ampong, G. O. A., & Ofori, K. S. (2019). Factors influencing consumer loyalty: evidence from the Ghanaian retail banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 37(3), 798–820. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2018-0099>

Pamungkur, P. (2022). ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELAYANAN NASABAH TERHADAP KINERJA BANK PADA BANK MANDIRI CABANG PALANGKA RAYA. *AI-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 9(2), 16. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v9i2.7750>

Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen*

Dan Bisnis Indonesia, 5(2), 300–312.

Rahman, A., Purwati, S., & Astuti, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Mandiri Tbk Cabang Jakarta Tanjung Duren. *JKSP – ALMATAMA*, 2(1), 28–43.

RELIGIOSITY, RELATIONSHIP CLOSENESS, AND CUSTOMER TRUST CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY AT BANK JATIM SYARIAH. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 87(3), 200–219. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-03.25>

Sapoetra, D. B., & Basuki, R. (2019). EFFECT OF SERVICE QUALITY

Sari, R. R., Marnisah, L., & Zamzam, F. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH ERA COVID 19 (STUDI KASUS DI PT. BANK MANDIRI KANTOR CABANG PALEMBANG). *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 2(2), 201–210. <https://doi.org/10.35908/ijmpro.v2i2.91>

Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kapanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.

Senoaji, F. (2021). Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Surabaya. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 165. <https://doi.org/10.30651/imp.v1i2.11255>

Sitanggang, J., Iswandi, M., & Susilo, H. (2023). Pengaruh Variasi Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Dan Bukti Fisik Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Mandiri Cabang Pasar Pagi Lama Jakarta. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 14(2), 113–121. <https://doi.org/10.58890/jkb.v14i2.51>

Wicaksono, D. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis). *Ulil Albab : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 505–509.