

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, penelitian ini mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah Bank BRI.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan Bank BRI.
3. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI.
4. Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah Bank BRI.
5. Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI.
6. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam teknik pengumpulan yang dilakukan secara *online* menggunakan *google form* sehingga penelitian ini tidak melibatkan adanya wawancara secara langsung dengan responden untuk memperkuat data.

2. Penelitian ini memiliki satu variabel yang memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di bawah 0.7 yaitu *customer satisfaction* sebesar 0.684.

### 5.3 Saran

#### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pertama, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lain untuk mengkaji lebih dalam tentang *service quality*. Kedua, diharapkan dapat mempertimbangkan untuk melakukan penelitian pada perusahaan perbankan maupun perusahaan lainnya. Ketiga, peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian langsung terhadap responden, misalnya dengan wawancara untuk meminimalisir ketidakpastian data nasabah.

#### 2. Bagi Pihak Bank Rakyat Indonesia

Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan bagi pihak PT Bank Rakyat Indonesia untuk menentukan kebijakan strategi yang tepat untuk menjaga kualitas layanan agar nasabah tetap percaya dalam menggunakan jasa dan produk bank ini. Kualitas layanan yang baik dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya menerapkan *customer service* yang ramah, fitur *online* yang lancar, dan berbagai strategi lain yang dilakukan untuk nasabah. Dengan kualitas layanan yang baik juga membuat citra Bank Rakyat Indonesia tetap positif. Pada akhirnya, layanan yang baik dan citra yang positif akan terus membuat nasabah percaya dan merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia. Dengan demikian, nasabah akan terus menggunakan layanan BRI tanpa ragu jika dibandingkan dengan jasa perbankan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, A. A., Awang, Z., Afthanorhan, A., Mohamad, M., & Karim, F. (2019). *The Influence Of Hospital Image And Service Quality On Patients' Satisfaction And Loyalty*. *Management Science Letters*, 9(6), 911–920. <https://doi.org/10.5267/J.Msl.2019.2.011>
- Ayuningtyas, K. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang). *Jurnal Manajemen*, 11(1), 63–76. <https://doi.org/10.30656/Jm.V11i1.3032>
- Bougie, U. S. And R. (2016). *Research Methods For Business*.
- Budaharini, I. A. P., Kusuma, I. G. A. T., Widayani, A. A. D., Sujana, I. W., & Villaceran, I. (2022). *The Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty With Customer Trust As Intervening Variables In Cv Power Hearing Bali*. *International Journak Of Sustainability, Education, And Global Creative Economic (Ijsegece)*, 5(1), 107–124.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/Equi.V19i02.4531>
- Chin, W. W. (2010). *Handbook Of Partial Least Squares*. In *Handbook Of Partial Least Squares (Issue January 2010)*. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8>
- Chin W, M. G. (1998). *The Partial Least Squares Approach To Structural Formula Modeling*. *Advances In Hospitality And Leisure*, 8 (2) (April), 5.
- 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>
- Elizar, C., Indrawati, R., & Syah, T. Y. R. (2020). *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, And Customer Loyalty In Service Of Paediatric Polyclinic Over Private H Hospital Of East Jakarta, Indonesia*. *Journal Of Multidisciplinary Academic*, 4(2), 105–111.
- Fadriansyah, M. S., Hans, J. Z. A., & Ayuningtyas, E. A. (2022). Persepsi Kualitas

*Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah. Jurnal Pengembangan Wiraswasta, 24(1), 65.*  
<https://doi.org/10.33370/jpw.v24i1.758>

Hair, Joe 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, Joe F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). *An Assessment Of The Use Of Partial Least Squares Structural Equation Modeling In Marketing Research. Journal Of The Academy Of Marketing Science, 40, 414–433.*  
<https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-6>

Hair, Joseph 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.*

Huang, P. L., Lee, B. C. Y., & Chen, C. C. (2019). *The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty In B2b Technology Service Industry. Total Quality Management And Business Excellence, 30(13–14), 1449–1465.*  
<https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1372184>

Islam, R., Ahmed, S., Rahman, M., & Al Asheq, A. (2021). *Determinants Of Service Quality And Its Effect On Customer Satisfaction And Loyalty: An Empirical Study Of Private Banking Sector. Tqm Journal, 33(6), 1163–1182.*  
<https://doi.org/10.1108/tqm-05-2020-0119>

Kamaruddin, & Chadafi, M. F. (2021). *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online Di Marketplace Shopee Di Kabupaten Bireuen. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 8(2), 25–33.*

Lin, Y. H., Lin, F. J., & Wang, K. H. (2021). *The Effect Of Social Mission On Service Quality And Brand Image. Journal Of Business Research, 132(October), 744–752.* <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.054>

Mandiri, A., Yanto, E., & Metekohy, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). Account, 8(1), 1423–1430.*  
<https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3874>

Monica, C., & Marlius, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. Jurnal Pundi, 7(1), 53.* <https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.465>

Putera, A. D., Dalle, J., & Syafari, M. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas*

*Nasabah Penabung Aktif Pt Bank Bukopin Cabang Banjarmasin. Jurnal Bisnis Dan Pembangunan, 10(2), 1. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10952>*

Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Journal Of Communication Education, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>*

Rosyada, A. (2018). *Pengaruh Rebranding Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan Pada Xl Axiata (Studi Pada Pengguna Simcard Xl Di Xl Center Pemuda Surabaya). Jurnal Ilmu Manajemen (Jim), 6(1), 1–7.*

Sapoetra, D. B., & Basuki, R. (2019). *Effect Of Service Quality, Religiosity, Relationship Closeness, And Customer Trust On 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>*

Sari, R. A., Aswar, N. F., & Aslam, A. P. (2023). *Sari, R. A., Aswar, N. F., & Aslam, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sulselbar. Jurnal Manajemen, 2(2), 119. 2, 120–125.*

Siswadhi, F., Ahmad, M., & Sarmigi, E. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt. Bank Nagari. Jbee : Journal Business Economics And Entrepreneurship, 4(1), 49–62.*

Soelistiawan, H., Lukitaningsih, A., & Wiyono, G. (2021). *Pentingnya Trust Dalam Mediasi Citra Perusahaan Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 8(1), 188–196.*

Tuhumury, N. (2013). *Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert. Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan, 2(2), 127–133.*

Widijanto, R. S. R., & Rachmat, B. (2019). *Effect Of Bank Commitment, Bank Communication And Handling Customer Complaint On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction At Pt Bank Central Asia Tbk Of Mojopahit Mojokerto Sub-Branch Office. International Journal Of Multicultural And Multireligious Understanding, 6(3), 49. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i2.756>*