

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat dijelaskan antara lain sebagai berikut :

1. Kepercayaan nasabah yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan nasabah Bank Jatim di Surabaya. Hal ini membuktikan kebenaran hipotesis pertama.
2. Komitmen nasabah yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan nasabah Bank Jatim di Surabaya. Hal ini membuktikan kebenaran hipotesis kedua.
3. Komunikasi yang dilakukan Bank Jatim dengan baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah Bank Jatim di Surabaya. Hal ini membuktikan kebenaran hipotesis ketiga.
4. Personalisasi yang dilakukan Bank Jatim dengan baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah Bank Jatim di Surabaya. Hal ini membuktikan kebenaran hipotesis keempat.
5. Loyalitas nasabah Bank Jatim di Surabaya dibentuk dari kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh tingginya tingkat kepercayaan dan komitmen nasabah serta komunikasi dan personalisasi yang dilakukan oleh Bank Jatim dengan baik.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Komposisi responden dalam penelitian ini belum proporsional. Responden terbanyak masih didominasi oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS).
2. Asumsi *Goodness-Of Fit Indices* dalam SEM belum mampu terpenuhi seluruhnya.
3. Peneliti belum mampu memperoleh responden secara langsung pada kantor Bank Jatim, disebabkan karena nasabah yang melakukan langsung di BankJatim jumlahnya sangat terbatas.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan untuk pihak-pihak yang terkait di dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Bank Jatim di Surabaya
  - a. Sebaiknya Bank Jatim di Surabaya lebih giat mencari informasi tentang apa yang diharapkan oleh nasabah tabungan Bank Jatim terkait *fitur* dan *benefit* produk. Hal ini disebabkan dari hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel personalisasi memiliki pengaruh terendah dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil analisis tanggapan responden mengenai kesesuaian produk tabungan Bank Jatim juga mendapat penilaian terendah dari responden.

- b. Sebaiknya Bank Jatim di Surabaya lebih memperhatikan kualitas ATM sebagai media penarikan uang karena menurut informasi yang dihimpun dari responden, sebagian besar nasabah tabungan mengeluhkan layanan ATM yang sering bermasalah.

## 2. Bagi Peneliti selanjutnya

- a. Sebaiknya komposisi responden yang digunakan lebih proporsional dan tidak terpusat pada satu kelompok responden tertentu.
- b. Sebaiknya menetapkan kriteria responden yang lebih detail (non PNS, lokasi penelitian yang diambil), sehingga lebih fokus dan mampu mewakili karakteristik sampel yang diinginkan secara akurat.
- c. Sebaiknya peneliti selanjutnya mencari responden langsung pada Bank Jatim sehingga data yang diperoleh lebih akurat.
- d. Sebaiknya dalam uji validitas dan reliabilitas sampel kecil, peneliti tidak langsung menghapus *item* yang tidak *valid/reliabel*, melainkan menyederhanakan pertanyaan dalam kuesioner hingga diperoleh indikator yang *valid* dan *reliabel*.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anahita Bagherzad Halimi, Alireza Chavosh, Sahar Hosseinikhah Choshali (2011). "The Influence of Relationship Marketing Tactics on Customer's Loyalty in B2C Relationship-the Role of Communication and personalization". *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*
- Andi Supangat. 2008. *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi Dan Nonparametrik*. Prenada Media Group, Bandung
- Bee wah Yap, T. Ramayah, Wan Nushazelin Wan shahidan (2012). " Satisfaction and trust on customer loyalty : a PLS approach. *Business Strategy Series Vol 13 No.4 2012*
- Budi Prabowo. "Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. Astra Surabaya". *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial Vol.8 No. 2: 92-97. 2008*
- Dwayne Ball, Pedro S. Coelho, Manvel J. Vilarés (2010). "Service Personalization and Loyalty". *Journal of Services Marketing Vol 20.No 6 2010.*
- Fandy Tjiptono, 2010, *Pemasaran Jasa* Malang: Bayumedia
- Farid Subkhan, 2012. Empat Tahap Mengukur Indeks Loyalitas (<http://www.infobanknews.com>, diakses 25 Agustus 2012)
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : BP UNDIP
- Francis, Buttle.2007. *Customer Relationship Management*. Malang : Bayumedia
- Freddy Rangkuti, 2002, *Measuring Customer Satisfaction* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Imam Ghozali, 2011, *Konsep & Aplikasi dengan Program AMOS 19.0*. Semarang : BP UNDIP.
- Iramani, 2011. *Modul Statistika 1*.STIE Perbanas
- Kotler,Philip,Armstrong,Gary.2009.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Edisi 1. Jakarta: Erlangga

Malhotra, Narest K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Edisi Keempat Jilid 1*. Jakarta : Indeks.

Markplus Insight. 2012. Indonesian Bank Loyalty Awards Category Saving Account, Regional Development Bank (<http://www.the-marketeers.com>, diakses 10 Oktober 2012)

Mohammad Taleghani, Shahram Gilaninia.2011.“The Role of Relationship Marketing in Customer Orientation Process in the Banking Industry with focus on Loyalty (Case Study: Banking Industry of Iran)”. *International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 19*

Ruben Chumpitaz Caceres, Nicholas G. paparoidamis (2010). “ Service quality, relationship satisfaction, trust, commitment and B2B loyalty”. *European Journal of Marketing Vol. 41 No. 7/8*

Shahram Gilaninia, Hasanali Shahi, Seyyed Javad Mousavian (2011) “The Effect of Relationship Marketing Dimensions by Customer Satisfaction to Customer loyalty”. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business* ,Vol.3 No. 4: 74-84

Supramono dan Oktavian Haryanto.2005.*Desain proposal penelitian studi pemasaran..*Yogyakarta : Andi Offset

Tatik Suryani, 2008, *Perilaku Konsumen*. Implikasi Pada strategi Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu

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