

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji tentang pengaruh kepuasan, citra merek, kemudahan penggunaan, terhadap kepercayaan dan komitmen nasabah tahapan xpresi bca di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh signifikansi kepuasan, citra merek, dan kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah tahapan Xpresi BCA di Surabaya, serta untuk menganalisis pengaruh signifikansi kepercayaan terhadap komitmen nasabah tahapan Xpresi BCA di Surabaya.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Surabaya dengan sampel sejumlah 120 responden yang merupakan nasabah tahapan Xpresi BCA di Surabaya. Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan positif kepuasan terhadap kepercayaan nasabah tahapan Xpresi BCA di Surabaya.
2. Terdapat pengaruh signifikan positif citra merek terhadap kepercayaan nasabah tahapan Xpresi BCA di Surabaya.
3. Terdapat pengaruh signifikan positif kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah tahapan Xpresi BCA di Surabaya.
4. Terdapat pengaruh signifikan positif kepercayaan terhadap komitmen nasabah tahapan Xpresi BCA di Surabaya.

5.2 Keterbatasan penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang diantaranya adalah terdapat kendala pada penyebaran kuisisioner, karena banyak nasabah responden yang menolak dalam pengisian kuisisioner dengan alasan terlalu sibuk sehingga tidak bisa meluangkan waktu sedikit untuk mengisi kuisisioner tersebut, adapun responden mengisi kuisisioner tidak jarang responden tidak mengisi alamat atau nomor telepon dengan lengkap dan jelas.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan simpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan hasil penelitian dapat bahan pertimbangan manajer pemasaran dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat dalam membentuk komitmen dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan menggunakan tahapan Xpresi BCA dengan variabel preditor kepuasan, citra merek, dan kemudahan penggunaan produk BCA.
2. Diharapkan hasil penelitian dapat menjadi bahan referensi mahasiswa yang melakukan penelitian mengenai komitmen dan kepercayaan nasabah yang dipengaruhi oleh kepuasan, citra merek dan kemudahan penggunaan.

DAFTAR RUJUKAN

- A.B . Susanto dan Hilmawan Wijanarko. 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Jakarta : PT Mizan Publika Jakarta
- Amanah, Dita. 2011. Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) terhadap Loyalitas Pemebelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis, Vol.3, No.3, pp. 221-233*
- Assael Henry. 2014. *Consumer Behavior and Marketing Action. Fifth Edition.* Cincinnati Ohio: South-Western College Publishing
- Augusty, Ferdinand. 2013. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, *Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen.* Semarang: Universitas Diponegoro
- Bricci, L., A. Fragata, and J. Antunes. 2016. The Effects of Trust, Commitment and Satisfaction on Customer Loyalty in the Distribution Sector. *Journal of Economics, Business and Management, Vol. 4, No. 2*
- Briliana,V., 2013. Pengaruh Kepuasan, Komitmen, Manfaat Sosial Dan Special Treatment Benefits Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi. Vol. 15, No. 1, Juni 2013, Hlm. 57 - 64*
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K, K. and Zhang, J. 2010. Understanding Customers Satisfaction and Loyalty: An empirical study of mobile Instant messages in China. *International Journal of Information Management, 30, pp: 289-300.*
- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa.* Malang : Bayumedi
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21.* Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hadiyati, Ernani. 2014. Studi Dimensi Hubungan Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Sektor Perbankan (The Study of Marketing Relationship Dimension and Customer Loyalty on the Banking Sector Service). *Jurnal Dinamika Manajemen Vol.2No.2*
- Herdian, Gina., widyastuti. 2013. Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Nasabah Bank Btpn Kcp Sepanjang. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 2*
- Hermawan, Yoni. 2014. Hubungan antara Tingkat Pendidikan dan Persepsi dengan Perilaku Ibu Rumah Tangga dalam Pemeliharaan Kebersihan Lingkungan. *Diambil dari : <http://www.google.co.id>. Diakses pada bulan Mei 2011*
- Jogiyanto. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman.* Cetakan pertama. Yogyakarta: BPF

- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2014. Marketing Management 14th edition. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States of America: Pearson
- Kremer, Florence, Catherine Viot. 2014. How Store Brand Build Retailer Brand Image. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 40, pp: 528-543
- Kumar, Reji. 2012. An Empirical Study On Service Quality Perceptions And Continuance Intention In Mobile Banking Context In India. *Journal of Internet Banking and Commerce*, vol. 17, no. 1
- Kuncoro Mudrajad. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Lita, Ratni Prima. (2009). Pengaruh Kepercayaan Pada Komitmen Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Trikonomika*, Volume 8, No. 2, , Hal. 71–77, ISSN 1411-514X
- M. Suki, N. 2012. Examining Factors Influencing Customer Satisfaction And Trust Towards Vendors On The Mobile Internet. *Journal of Internet Banking and Commerce An open access Internet journal* (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>)
- Mosavi, S.A dan M.Ghaedi. 2012.A Survey On The Relationship Between Trust, Customer Loyalty, Commitment And Repurchase Intention. *African Journal of Business Management* Vol. 6(36)
- Ogba dan Tan. 2013. Exploring the Impact of Citra merek on Customer Loyalty and Commitment in China. [www.emeraldinsight.com /1706-8759.htm](http://www.emeraldinsight.com/1706-8759.htm). *Journal of Technology Management in China*. Vol. 4, No. 2, diakses 8 Maret 2012.
- Orth, U.R. & Green, M.T. 2009. ‘Consumer loyalty to family versus non-family business: The roles of store image, trust and satisfaction’, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(4): 248 –259.
- Patawayati., D. Zain., M.Setiawan., M. Rahayu. 2013. Patient Satisfaction, Trust and Commitment: Mediator of Service Quality and Its Impact on Loyalty (An Empirical Study in Southeast Sulawesi Public Hospitals). *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* e-ISSN: 2278-487X. Volume 7, Issue 6 PP 01-14
- Pertiwi dan Adhivinna. 2014. *Pengaruh Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Yogyakarta (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri)*.

- Robbins, S.P dan Timothy A. Judge. 2015. *Perilaku Organisasi*, Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat
- Sam, Fazli Mohd dan Tahir, Nor Hayati. 2010. *Menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen. Fakultas Ekonomi Univesitas Islam Indonesia.*
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2013. *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- _____. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta
- Suharso, Puguh. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi Dan Praktis*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sumodiningrat, Gunawan. 2015. *Menuju Ekonomi Berdikari*. Media pressindo : Yogyakarta.
- Susanti, V. dan Hadi, C. 2013. Kepercayaan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Gadget Secara Online. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, Vol 02, no.01
- Tjiptono Fandy, Ph.D, 2014, *Pemasaran Jasa*, Andi, Yogyakarta
- Walter, A., Mueller, T., A., & Helfert, G. 2001. "The Impact of Satisfaction, Trust, and Relationship Value on Commitment: Theoretical Considerations and Empirical Results". *University of Karlsruhe, IBU GERMANY*
- Waluyo, Minto. 2014, *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling. Cetakan II*. Jakarta : PT. Indeks
- Wardhana, N.K., I.J.A. Putra., H.D Wahyudi. 2013. Pengrauh Citra Merek Terhadap Kepercayaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, No.1*