

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dengan hasil analisa yang telah dilakukan dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan menggunakan program WarpPLS 5.0, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Corporate Sosial Responsibility berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Surabaya. Pengaruh CSR terhadap Kepuasan Nasabah adalah positif.
2. Kepuasan Nasabah berdampak Signifikan Terhadap Nilai Yang Dirasa pada Nasabah bank Mandiri Surabaya.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yan sudah dilakukan, dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Dalam pencarian responden yang menggunakan dan mengerti tentang CSR yang dilakukan oleh bank Mandiri cukup sulit ditemui, namun peneliti mempunyai link di Perbanas Surabaya,yaitu peneliti menyebarkan kepada para mahasiswa yang mendapatkan beasiswa PPA-BBM dari Bank mandiri.
2. Peneliti kesulitan untuk melanjutkan penyebaran sisa kuesioner namun peneliti mendapat tawaran dari orang tua rekan peneliti yang bekerja di bank mandiri tunjungan.

3. Peneliti merasa kesulitan untuk cara pengoperasian warpPLS0.05. dikarenakan pada penyebaran kuesioner berlangsung peneliti masih belum memiliki software warp.PLS namun peneliti memiliki rekan yang baik dan membaginya software warpPLS serta mengajari cara pengoperasiannya.

### 5.3 Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan masukan dan saran semoga hal tersebut dapat berkenan dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, adapun saran dan masukan sebagai berikut :

#### 1. Bagi Bank Mandiri

- a. Untuk Variabel CSR, sebaiknya Bank Mandiri dapat memberikan program bina lingkungan dan wirausaha muda mandiri yang lebih terstruktur dan bisa tepat sasaran. Seperti dilihat pada analisis deskriptif untuk variabel CSR dimana, Bank Mandiri dapat memperhatikan untuk program yang dijalankan lebih terstruktur.
- b. Untuk variabel Kepuasan Nasabah, sebaiknya Bank mandiri dapat memenuhi kebutuhan dari nasabah, dan memperhatikan apa yang dibutuhkan nasabah dari Bank. seperti dilihat pada analisis Deskriptif untuk variabel Kepuasan Nasabah, Bank Mandiri harus memperhatikan kebutuhan nasabah agar dapat memenuhi apa yang diharapkan nasabah dari Bank Mandiri.
- c. Untuk variabel Nilai Yang Dirasa, sebaiknya Bank Mandiri dapat memperhatikan pakaian untuk para staf karyawan di Bank Mandiri,

agar menjadi nilai tambah dari nasabah yang akan melakukan kegiatan transaksi ataupun menabung di bank tersebut. Seperti dilihat pada analisis deskriptif, Bank Mandiri harus memperhatikan penampilan staf, sebagai salah satu penilaian dari nasabah yang datang berkunjung ke bank tersebut.

## 2. Bagi Peneliti selanjutnya

Lebih sering membaca teori dan mengembangkan variabel yang sudah ada, meningkatkan sampel penelitian dari berbagai karakteristik. Serta bisa meneliti tentang faktor apa saja yang dapat dipengaruhi oleh *Corporatr Social Responsibility*.



## DAFTAR RUJUKAN

- Andi Offset.Melisa Hadinata., “Scepticism and Corporate Social Responsibility communications:the influence of fit and reputation”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. 2 (2013).
- Anwar Sanusi. 2011.” *Metode Penelitian Bisnis*”.Jakarta : Salemba empat
- Azizi Imam, Saaghi Fatemeh and Sardo Yaghoobi Salimeh,.2014. The impact of corporate social responsibility on consumer Satisfaction a case study: car industry in shiraz. *Indian J.Sci.Res.* 7.
- Cooper, dan Schindler. 2011. “*Business Research Methods*”. Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Caps
- Hadi, Noor. 2011. “Corporate Social Responsibility (CSR)”. Edisi 1. Jakarta: Graha Ilmu
- Freddy Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Edisi pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20* Edisi 6. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Maruli Pardamean, QIA, CRMP, 2014. *Mengelola Kebun dan Pabrik kelapa Sawit Secara profesional*. Edisi pertama. Jakarta: penerbit penebar swadaya
- Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono. 2013. *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0:Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*.Yogyakarta.
- Nurdizal M. Rachman, Asep Efendi, Emir Wicaksana, 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Edisi pertama. Jakarta: penerbit penebar swadaya
- Loureiro Sandra, Sardinha Dias and Rejinders Lucas,. 2012. The effect of corporate social responsibility on consumer satisfaction and perceived

value : the case of the automobile industry sector in Portugal”. S.M.C Loureiro et al./*Journal of Cleaner production* (2012) 1-7).

Sofjan Assauri, MBA. 2012. *Strategic Marketing sustaining lifetime customer value*. Edisi pertama. Jakarta: penerbit PT RajaGrafindo Persada

